



## TERMES DE REFERENCE POUR LE RECRUTEMENT D'UN CONSULTANT POUR LE RENFORCEMENT DE CAPACITES DE L'ONG LEAD EN CCSC

### I. CONTEXTE

Le projet de Communication et Promotion de la Santé « Keneya Jemu Kan » (KJK) est financé par l'USAID pour la période 2014-2019. Il est mis en œuvre par le consortium composé de Johns Hopkins University/Center for Communication Programs (JHU/CCP) pour la composante Communication pour le Changement Social et de Comportement (CCSC) qui est également porteur du projet, de Groupe Palladium pour la composante Marketing Social (MS) et de Management Sciences for Health (MSH) pour le Renforcement des Capacités. Le consortium est en partenariat avec des organisations non gouvernementales et des institutions étatiques maliennes telle que le CNI ECS.

Le projet intervient dans le district de Bamako, les régions de Kayes, Koulikoro, Sikasso, Mopti et Gao. Le projet fournit un appui technique à des organisations qui interviennent dans les domaines de la santé maternelle, néonatale et infantile ; la planification familiale ; le paludisme ; le VIH/Sida ; la nutrition et l'eau/hygiène/assainissement.

Trois grands résultats sont attendus du projet à savoir:

- L'adoption accrue de comportements de santé clés, la demande et l'utilisation accrues des Services de Santé à Grand Impact (SSGI) et des produits de santé connexes au niveau de la communauté et des ménages dans les zones d'intervention de l'USAID. Ce résultat sera réalisé à travers l'identification continue des attitudes et comportements peu propices à la santé et l'élaboration/diffusion de messages/supports de communication pour favoriser l'idéation.
- La capacité démontrée pour conduire la recherche, concevoir, tester, mettre en œuvre et évaluer les activités de CCSC et de MS. Ici, le projet cherche à renforcer les capacités d'une entité malienne non publique en CCSC, recherche et en gestion commerciale intensive. Par ailleurs, le projet vise à renforcer les capacités de l'agence responsable de la communication du Ministère de la Santé et de l'Hygiène Publique (CNI ECS) pour conduire la recherche, concevoir les tests et fournir les services de CCCS sur l'ensemble du territoire.
- La disponibilité accrue des produits de santé à haut impact du marketing social (MS) et de services élargis ne relevant pas du public dans les zones géographiques cibles. Ce résultat sera réalisé via le marketing social efficace des produits et services existants ne relevant pas du public et soutenus par l'USAID ainsi que la création de nouveaux produits et interventions liés aux services de santé à haut impact.



Dans le cadre de la mise en œuvre de ses activités et de son processus de pérennisation des acquis, le projet KJK a recruté l'ONG jigi Organisation Non Gouvernementale (ONG) locale qui deviendra son partenaire principal au projet.

## **II. OBJECTIFS ASSIGNES A L'ONG LEAD JIGI**

1. Fournir à KJK une assistance opérationnelle dans ses zones d'intervention pour toutes ses activités au niveau communautaire dans les domaines de la Communication pour le Changement Social et de Comportement et de Marketing Social;
2. Assurer l'implémentation des activités et approches de communication dans les communautés dans les domaines de la Communication pour le Changement Social et de Comportement,
3. Assurer le développement, le déploiement et l'entretien d'une plateforme de services pour la promotion et la vente des produits de marketing social ;
4. Aider le projet KJK à atteindre les objectifs de l'USAID et ceux du Gouvernement du Mali travers le Ministère de la Santé dans la mise en œuvre des activités de CCSC et de marketing social pour encourager l'adoption des comportements sains et créer la demande et l'utilisation de Services de Santé ;
5. Soutenir et participer activement et entièrement au processus de renforcement institutionnel à travers l'outil « PROGRES » de KJK en vue de sa préparation effective à la relève à la fin du projet KJK ;
6. Soutenir et participer activement et entièrement au processus de renforcement des capacités techniques et opérationnelles en communication en vue de sa préparation effective à la relève à la fin du projet KJK ;
7. Soutenir et participer activement et entièrement au processus de renforcement des capacités techniques et opérationnelles sur le marketing social en vue de sa préparation effective à la mise en oeuvre de Total Market Approach (Approche du marché total – TMA);
8. Assurer le suivi des activités CCSC des ONG partenaires ;
9. Servir de plateforme pour la poursuite des activités, des acquis du projet KJK après la fin du projet de façon autonome structurellement, administrativement et financièrement.

## **III. RESULTATS ATTENDUS DE L'ONG LEAD JIGI**

1. Une assistance opérationnelle effective est fournie à KJK dans toutes ses zones d'intervention pour toutes ses activités au niveau communautaire dans les domaines de la Communication pour le Changement Social et de Comportement, et de Marketing Social;
2. Les recommandations et conclusions du processus de renforcement de capacité institutionnelle à travers l'outil PROGRES sont mises en œuvre par l'ONG ;
3. Le total Market Approach est opérationnel;
4. Les connaissances et outils de communication issus du renforcement de capacité en communication sont mis en œuvre ;



5. Les activités et approches de communication sont implémentées au niveau communautaire ;
6. Les objectifs de l'USAID et du Gouvernement du Mali vis à vis de KJK sont atteints;
7. Le Total Market Approach est opérationnel ;
8. L'ONG a acquis les capacités techniques, institutionnelles, administratives et financières pour la pérennisation des acquis du projet KJK

Afin de lui permettre de répondre efficacement à ces objectifs, Jigi devra avoir un renforcement intensif de ses capacités opérationnelles et managériale dans les domaines de marketing social (MS) et de la Communication pour le Changement Social et de Comportement (CCSC).

*Les présents TdR concernent uniquement le volet CCSC, le recrutement d'un consultant pour conduire l'ensemble du processus de renforcement des capacités de l'ONG lead en CCSC*

#### **IV. OBJECTIF GENERAL DU RENFORCEMENT DES CAPACITES EN MARKETING SOCIAL ET SBCC**

Renforcer les capacités managériales et opérationnelles en CCSC et marketing social de l'ONG jigi

#### **V. OBJECTIFS SPECIFIQUES**

- Renforcer les capacités des membres de l'ONG lead sur les grands concepts généraux qui régissent les questions de changements de comportement ;
- Renforcer les capacités des membres de l'ONG lead sur les concepts généraux de CCSC ;
- Renforcer les capacités des membres de l'ONG lead les relations de comportements et les enjeux de santé publique ;
- Renforcer les capacités des membres de l'ONG lead sur la conception, le déploiement d'une stratégie et d'un plan de communication en passant par la mise en œuvre du Processus P (notamment) ;
- Renforcer les membres de l'ONG à faire le design, la conduite et l'évaluation d'une campagne de communication en santé ;
- Renforcer des membres de l'ONG lead sur l'élaboration de stratégies et interventions efficaces de plaidoyer en matière de santé ;
- Renforcer des membres de l'ONG lead sur l'élaboration de stratégies et interventions efficaces de renforcement des capacités communautaires en matière de santé.
- Renforcer des membres de l'ONG lead suivi et évaluation d'un programme de communication pour la santé.
- Renforcer des membres de l'ONG lead à intégrer les aspects genre dans les interventions de communication ;
- Renforcer des membres de l'ONG lead à intégrer les aspects numériques dans les interventions de communication.

#### **VI. RÉSULTAT ATTENDU**

À l'issue de ce cours, les participants sont capables de :



- développer et de mettre en œuvre des stratégies et des interventions de CCSC innovatrices et efficaces pour relever les défis de la santé publique au Mali,
- d'utiliser les données comme base de la planification et la mise en œuvre des interventions de CCSC ;
- d'intégrer le genre dans les processus de planification et la mise en œuvre des interventions CCSC ;
- planifier, conduire et évaluer une campagne de communication en santé ;
- d'intégrer le numérique dans les processus de planification et de mise en œuvre des interventions CCSC ;
- d'assurer un suivi et évaluation efficaces des interventions CCSC.

Spécifiquement,

- les capacités des membres de l'ONG lead sont renforcées sur les grands concepts généraux qui régissent les questions de changements de comportement sont renforcées;
- les capacités des membres de l'ONG lead sont renforcées sur les concepts généraux de CCSC ;
- les capacités des membres de l'ONG lead sont renforcées sur les relations entre les comportements et les enjeux de santé publique;
- les capacités des membres de l'ONG lead sont renforcées sur la conception, le déploiement d'une stratégie et d'un plan de communication en passant par la mise en œuvre du Processus P ; ;
- les capacités des membres de l'ONG lead sont renforcées sur la conception d'une campagne de communication;
- des membres de l'ONG lead sont renforcées sur l'élaboration de stratégies et interventions efficaces de plaidoyer en matière de santé;
- des membres de l'ONG lead sont renforcés sur l'élaboration de stratégies et interventions efficaces de renforcement des capacités communautaires en matière de santé
- des membres de l'ONG lead sont renforcés à faire le suivi et l'évaluation d'un programme de communication pour la santé;
- les membres de l'ONG sont renforcés à faire le design, la conduite et l'évaluation d'une campagne de communication en santé ;
- des membres de l'ONG lead sont renforcés à intégrer les aspects genre dans les interventions de communication;
- des membres de l'ONG lead sont renforcés à intégrer les aspects numériques dans les interventions de communication;

## **VII. TACHES DU CONSULTANT**

- Proposer un calendrier global pour la mise en œuvre du projet de renforcement de capacité de l'ONG lead en CCSC ;
- Proposer une approche permettant de concilier les besoins réels avérés de l'ONG Lead au programme de formation ;
- Décrire et développer une approche méthodologique qui sera mise en œuvre avant, pendant et après le processus de renforcement de capacité en CCSC de l'ONG Lead;
- Fournir la documentation nécessaire pour les participants sur les sujets qui seront traités ;
- Animer les sessions théoriques et pratiques de la formation;



- Fournir un rapport de formation.

## VIII. PERIODE D'EXECUTION

La durée de la consultance est de trois semaines. Elle est composée comme suit : d'une semaine jours pour la préparation des sessions et de rapportage et 2 semaine de formation.

## IX. COMMUNICATION

Pour tout besoin d'information, veuillez envoyer vos questions aux emails Mr. Mohamed SANGARE [msangare@projetkjk.org](mailto:msangare@projetkjk.org) avant : 07 Mars 2018

### **Projet USAID/KJK**

**TEL: (223) 20 71 93 93**

*Sotuba ACI, Bamako - Mali*

Date limite de soumission de dossier : 10 Mars 2018.

### **QUALIFICATION REQUIRES**

En plus d'une formation universitaire en relation avec la communication/journalisme, science sociales, le/la consultant(e) doit :

- Avoir déjà accompli avec succès un contrat similaire
- Justifier d'une expérience d'au moins 7 ans dans le domaine de formation en communication pour le changement social et de comportement;
- Justifier d'une expérience dans la conception de curricula ou autres matériels de formation
- Posséder une excellente expression écrite et orale de la langue Française ;
- Capable de travailler en équipe et d'honorer les délais fixes.