TERMES DE REFERENCE

Intitulé du poste	Chargé(e) de la Communication et de la Visibilité Institutionnelle
Catégorie / grade	Catégorie S3.2
Rattachement hiérarchique	Directeur des Affaires Economiques
Lieu d'affectation	Siège de l'Organisation – Abidjan, COTE D'IVOIRE
Type de contrat	Contrat à durée indéterminée– période d'essai de 3 mois
Prise de fonction souhaitée	Avril 2027
Date limite de candidature	04 décembre 2026 à 16h00 GMT

1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

L'Organisation Interafricaine du Cafe, Agence Spécialisée de l'Union Africaine pour le Cafe (OIAC-UA) est une organisation intergouvernementale africaine créée en 1960, qui regroupe 25 États membres producteurs de café et dont le siège est établi à Abidjan, Côte d'Ivoire. Elle a pour mission de promouvoir le développement durable de la filière café en Afrique.

Sa reconnaissance en qualité d'agence spécialisée de l'Union africaine pour le café ouvre une nouvelle étape : l'Organisation devient un interlocuteur de référence des institutions de l'Union africaine, des Communautés économiques régionales, des gouvernements, des organisations internationales du café, des partenaires techniques et financiers et du secteur privé. Ce rôle élargi exige une image claire, une voix reconnue et une présence soutenue.

Cette évolution institutionnelle s'accompagne d'un besoin accru de visibilité, de lisibilité et de cohérence dans la communication de son mandat, de ses réalisations et de sa valeur ajoutée.

2. OBJECTIFS DU POSTE

2.1 Objectif général

Le/la Chargé(e) de la Communication et de la Visibilité Institutionnelle devra concevoir, piloter et mettre en œuvre la stratégie de communication et de visibilité institutionnelle de l'Organisation afin de renforcer son positionnement comme agence spécialisée de l'Union africaine pour le café, au niveau local, continental et international.

Le/la titulaire du poste sera le point focal de la communication et aura pour mission de traduire les activités de l'Organisation en une communication institutionnelle efficace.

Le poste comporte une forte dimension opérationnelle. Le/la titulaire ne devra pas uniquement coordonner les activités de communication, mais également rechercher, rédiger, éditer, mettre en forme, publier et assurer le suivi des contenus.

Il/elle travaillera avec l'ensemble des services de l'Organisation afin d'identifier les informations et activités devant faire l'objet d'une communication et de transformer les informations techniques et institutionnelles en contenus clairs, exacts et attrayants.

2.2 Objectifs spécifiques

Il/elle sera responsable de la mise en place d'un système de communication quotidien et fonctionnel, notamment :

- Contribuer à la mise en place d'une stratégie de communication pluriannuelle, d'une identité de marque et d'un discours institutionnel cohérents, communiquant clairement son mandat, son rôle et sa valeur ajoutée auprès de ses différents publics (États membres, Union africaine, partenaires, médias, grand public).
- Renforcer la visibilité, le positionnement et permettre une meilleure présentation de l'Organisation auprès de ces publics, notamment en valorisant ses événements phares et sa participation aux grands rendez-vous africains et internationaux de la filière.
- Appuyer le plaidoyer institutionnel et la mobilisation de partenariats et de ressources par des supports de communication ciblés et adaptés.
- Renforcer la communication interne, développer une culture de communication partagée entre les différents services, et améliorer la capacité de l'Organisation à communiquer durant les situations sensibles ou de crise.
- Développer et gérer une présence digitale professionnelle et régulière (site web, réseaux sociaux, newsletter, contenus multimédias), en améliorant en continu les principaux canaux de communication de l'Organisation.
- Assurer la documentation et la communication systématiques des activités, programmes, projets, partenariats, réunions et réalisations importants de l'Organisation.
- Produire des contenus institutionnels et grand public de haute qualité (bulletins d'information, publications, supports institutionnels) à partir des informations techniques et opérationnelles disponibles.
- Mettre en place des procédures pratiques et des circuits clairs pour la collecte, la validation et la publication des contenus, garantissant la cohérence et la qualité de l'identité et de la présentation institutionnelles.

3. ATTRIBUTIONS ET RESPONSABILITES

3.1. Stratégie, positionnement et identité institutionnelle

- Réaliser un audit initial de l'image, de la notoriété et des supports existants de l'Organisation ; identifier les publics prioritaires, les messages clés et les axes de positionnement, notamment autour du rôle de l'OIAC-AU comme agence spécialisée de l'Union africaine pour le café.
- Contribuer à l'élaboration et la mise en œuvre du plan stratégique de communication pluriannuel (objectifs, cibles, canaux, calendrier, budget, indicateurs de suivi).
- Proposer une identité visuelle, la charte graphique, la ligne éditoriale et les éléments de langage de l'Organisation sur l'ensemble de ses supports et canaux de communications.
- Conseiller la Direction et les hauts responsables sur leur communication ; préparer discours, notes d'information, éléments de langage et messages clés selon les besoins.

3.2. Communication institutionnelle et développement de contenus

- Travailler avec les départements, programmes et projets afin d'identifier les activités, résultats et développements présentant un intérêt en matière de communication, et transformer les documents techniques, rapports de mission et informations institutionnelles en contenus adaptés.
- Rédiger, éditer et adapter des contenus institutionnels variés : articles, dossiers, récits de projets, bulletins d'information, fiches d'information, rapports illustrés, profils et autres produits de communication.
- Identifier les sujets et angles pertinents pour valoriser le travail, l'expertise et la contribution de l'OIAC-AU, au secteur africain du café, ainsi que les réalisations des États membres et des partenaires.
- Contribuer à construire un récit mobilisateur sur le café africain (valeur ajoutée locale, qualité, durabilité, consommation intra-africaine, place des jeunes et des femmes).
- Vérifier les contenus (clarté, cohérence, ton institutionnel, exactitude factuelle et technique) avant soumission pour approbation.

3.3. Communication numérique et réseaux sociaux

- Administrer et moderniser le site web institutionnel (français/anglais) et gérer le contenu éditorial des plateformes officielles de médias sociaux.
- Élaborer et tenir à jour un calendrier éditorial intégré ; produire et diffuser une newsletter périodique et des contenus multimédias (infographies, vidéos, témoignages de producteurs, fiches pays).

- Veiller à ce que les actualités, réunions, projets, partenariats et réalisations soient relayés sur les canaux appropriés ; réviser les contenus obsolètes ou incomplets.
- Suivre les statistiques d'audience et les interactions avec les publics, et ajuster la stratégie et les formats de contenu en conséquence.
- Travailler avec le service informatique et/ou les prestataires externes sur les aspects techniques nécessitant un appui spécialisé.

3.4. Relations avec les médias et gestion de crise

- Constituer et entretenir un fichier de contacts médias (presse généraliste, économique et spécialisée café/agro-business, agences, radios et télévisions africaines et internationales).
- Rédiger et diffuser communiqués, dossiers de presse, tribunes et interviews ; coordonner l'organisation de conférences et voyages de presse.
- Assurer la veille médiatique, produire une revue de presse régulière et répondre aux sollicitations des journalistes, sous réserve des procédures d'approbation.
- Proposer la communication de crise en lien avec la Direction, et renforcer la capacité de l'Organisation à gérer les situations sensibles.

3.5. Événements et visibilité institutionnelle

- Identifier les besoins de communication liés aux réunions, missions, événements et partenariats ; préparer les supports et assurer la couverture avant, pendant et après.
- Assurer la communication autour de l'Assemblée générale, des symposiums, conférences scientifiques et forums organisés par l'Organisation.
- Préparer la participation de l'Organisation aux sommets de l'Union africaine et aux salons internationaux du café.
- Coordonner avec les services concernés pour obtenir informations, photographies et citations ; coordonner les prestations spécialisées (photographie, audiovisuel, graphisme) lorsque nécessaire.
- S'impliquer dans la conception des supports de visibilité (kakémonos, brochures, rapports annuels, films institutionnels) et veiller à ce que les réalisations majeures soient documentées à des fins de référence institutionnelle.

3.6. Partenariats, plaidoyer et ressources institutionnelles

- Élaborer des présentations, brochures et rapports d'impact destinés aux partenaires, bailleurs et investisseurs potentiels, en appui au plaidoyer et à la mobilisation de ressources.
- Assurer la veille informationnelle auprès de tous les partenaires de l'Organisation.

- Développer et maintenir des modèles standard pour les supports fréquemment utilisés, et tenir un répertoire organisé des logos, gabarits, photographies et autres ressources de communication.

3.7. Planification, coordination, interne et gestion

- Mettre en place un système de collecte des informations auprès des départements et un calendrier interne des activités à potentiel de communication.
- Établir des procédures claires pour la planification, la validation et la publication des contenus, et conseiller les collaborateurs sur les informations nécessaires à des contenus efficaces.
- Animer la communication interne et sensibiliser le personnel aux bonnes pratiques ; contribuer à la promotion d'une culture de la communication intégrée aux activités de tous les services.
- Proposer le budget communication et superviser les prestataires (graphistes, photographes, imprimeurs, agences, traducteurs).
- Tenir des registres des productions et établir des rapports trimestriels et un rapport annuel de communication, précisant l'impact de nos actions, identifiant les lacunes et proposant des mesures de renforcement des capacités.

4. CALENDRIER DES PRIORITES

Période	Objectifs clés	Livrables attendus
Jours 1–30 *Évaluer et établir les priorités*	• Examiner l'existant et évaluer les pratiques actuelles, les lacunes en contenus et les besoins immédiats • Acquérir une compréhension du mandat, de la structure, des programmes, des États membres et des partenariats clés de l'OIAC-AU • Établir des relations de travail avec les départements et identifier les sources d'information internes • Repérer les opportunités immédiates d'amélioration de la visibilité	• Note de cadrage et audit rapide de la communication existante (site, réseaux, supports, couverture médiatique) • Premier calendrier éditorial et calendrier des activités institutionnelles
Jours 31–60 *Mettre en place le système de communication*	• Présenter un Plan de Communication et de Visibilité Institutionnelle fondé sur l'évaluation initiale • Mettre en place un système régulier de collecte d'informations auprès des départements • Démarrer la production et la publication régulières de contenus institutionnels • Élaborer les premières directives graphiques • Structurer un répertoire des contenus et supports	• Ébauche de stratégie et de plan d'action de communication • Charte éditoriale et graphique de base • Cartographie des parties prenantes et des médias • Répertoire structuré des contenus
Jours 61–90 *Consolider et planifier la communication institutionnelle*	• Mettre en œuvre le Plan de Communication et de Visibilité Institutionnelle approuvé • Consolider le processus de développement, de revue, d'approbation et de publication des contenus • Analyser les premières productions et données de performance disponibles	• Stratégie et plan d'action de communication sur 12 mois, validés par la Direction • Cartographie finalisée des parties prenantes et des médias • Feuille de route de renforcement du Département

Période	Objectifs clés	Livrables attendus
	• Formuler des recommandations pour améliorer la communication et la visibilité • Proposer une feuille de route pour renforcer le Département de la Communication sur 6 à 12 mois	
Mois 6	• Doter l'Organisation d'outils de représentation externe et d'un site web à jour • Rendre le calendrier éditorial pleinement opérationnel	• Kit de presse et kit institutionnel (français/anglais) • Calendrier éditorial opérationnel • Plan de refonte ou de mise à jour du site web • Premier rapport de performance
Mois 12	• Mesurer les résultats de la première année et préparer la suite	• Rapport annuel de communication • Évaluation de la notoriété et des retombées médiatiques • Plan de communication de l'année 2
En continu	• Assurer la production régulière de contenus et le suivi médiatique tout au long de l'année	• Communiqués et dossiers de presse • Newsletter et contenus digitaux • Revue de presse • Supports pour les événements et les partenaires

5. INDICATEURS DE PERFORMANCE (*à valider avec la direction après l'audit*)

Domaines	**Indicateurs**	**Fréquence**
Qualité des contenus	Clarté, exactitude, pertinence et cohérence éditoriale des supports de communication institutionnelles (contrôle qualité interne)	Mensuelle
Production et respects des délais	Nombre de communiqués, contenus et publications diffusés dans les délais du calendrier éditorial.	Mensuelle
Digital	Audience du site web (visiteurs uniques) ; nombre d'abonnés et taux d'engagement sur les réseaux ; abonnés à la newsletter ; qualité et actualité des contenus publies.	Mensuelle
Mediaş	Nombre de retombées presse (dont médias internationaux et de l'UA ; ton de la couverture).	Trimestrielle
Réactivité	Délai moyen de réponse aux sollicitations des médias et des partenaires.	Trimestrielle
Coordination interne	Efficacité de la collaboration avec les départements ; bon fonctionnement des processus de collecte, développement et approbation des contenus	Trimestrielle
Ressources et systèmes de communication	Utilisation et maintenance effectives des modèles institutionnelles, ressources de contenus, archives et procédures de communication	Trimestrielle
Visibilité institutionnelle et influence	Amélioration de la connaissance du mandat, des activités et de la contribution de l'OIAC-UA au secteur africain du café. .	Semestrielle
Rapport et amélioration continue	Qualité des rapports de performance, identification des lacunes en communication et mise en œuvre de recommandations pratiques.	Semestrielle

6. PROFIL RECHERCHE

Formation

Diplôme de niveau Master (Bac+5) ou équivalent en communication, journalisme, relations publiques, relations internationales, marketing ou tout domaine connexe.

Expérience

- Au moins 5 ans d'expérience professionnelle pertinente en communication institutionnelle ou relations publiques dont au moins 2 ans au sein d'une organisation internationale ou intergouvernementale, d'une agence de l'Union africaine ou des Nations unies, d'une institution de développement ou d'une ONG internationale.
- Expérience avérée des relations avec les médias et de campagnes digitales à résultats mesurables.
- Une expérience dans le secteur agricole, agroalimentaire, des matières premières ou du café est un atout.

Compétences techniques

- Élaboration et pilotage de stratégies de communication ;
- Excellente aptitude rédactionnelle (communiqués, discours, notes, rapports) en français et en anglais.
- Maîtrise des outils digitaux : gestion de site web (CMS), réseaux sociaux, outils de planification et d'analyse, conception graphique et montage vidéo de base.
- Organisation d'événements, gestion de budget et supervision de prestataires.
- Connaissance du fonctionnement de l'Union africaine et de la diplomatie multilatérale (atout).

Langues

Maîtrise du français et de l'anglais, à l'écrit comme à l'oral (indispensable). La connaissance d'autres langues est un atout.

Qualités personnelles

Sens diplomatique et de la discrétion ; rigueur, autonomie et créativité ; capacité à travailler dans un environnement multiculturel et sous pression ; sens de l'éthique et de l'intégrité ; esprit d'équipe.

Conditions d'éligibilité

- Être ressortissant(e) d'un État membre de l'Organisation

- Jouir de ses droits civiques et pouvoir fournir un certificat de bonne conduite.
- Être disponible.

7. CONDITIONS D'EMPLOI

Rémunération	13 000 000 CFA brut / an
Avantages	Indemnités, assurance santé, congés, etc. – selon le Statut du personnel
Déplacements	Missions possibles dans les États membres
Engagements	Respect du code de conduite, de la confidentialité et de la neutralité institutionnelle

8. DOSSIER DE CANDIDATURE

- Lettre de motivation (1 page maximum) ;
- Curriculum vitae détaillé (3 pages maximum) ;
- Copies des diplômes et des attestations de travail ;
- Trois exemples de réalisations (plan de communication, campagne, publication, liens vers des productions) ;
- Coordonnées de trois références professionnelles ;
- Copie du passeport ou de la pièce d'identité prouvant la nationalité.

Les dossiers sont à envoyer à **sg@iaco-oiac.org** avec l'objet **« Candidature – Chargé(e) de la Communication et de la Visibilité Institutionnelle »**, au plus tard le **4 Décembre 2026**.

Les candidatures féminines sont encouragées. Seules les personnes présélectionnées seront contactées.