

TERMES DE REFERENCE

EXPERT KNOWLEDGE MANAGEMENT

Intitulé du poste : Expert en Gestion et diffusion des connaissances – knowledge management

Pays ou zone géographique : L'essentiel des missions de l'expert auront lieu à Paris dans les locaux d'Expertise France à Paris mais des échanges dématérialisés auront lieu avec les partenaires (opérateurs et pays).

Durée de la mission : maximum de 80 jours travaillés sur 18 mois

1. Contexte et justification du besoin

A. Présentation d'Expertise France

Expertise France est l'agence publique de conception et de mise en œuvre de projets internationaux de coopération technique. L'agence intervient autour de quatre axes prioritaires :

- Gouvernance démocratique, économique et financière ;
- Stabilité des pays en situation de crise / post-crise et sécurité ;
- Lutte contre le dérèglement climatique et développement durable ;
- Renforcement des systèmes de santé, protection sociale et emploi.

Dans ces domaines, Expertise France assure des missions d'ingénierie et de mise en œuvre de projets de renforcement des capacités, de mobilisation de l'expertise technique ainsi qu'une fonction d'ensemblier de projets faisant intervenir de l'expertise publique et des savoir-faire privés.

Pour en savoir plus : <https://www.expertisefrance.fr/>

B. Présentation du projet BIODEV2030

Le projet BIODEV2030, financé par l'AFD, coordonné par Expertise France et mis en œuvre conjointement par Expertise-France, l'UICN et le WWF France. Il a pour objectif de favoriser l'émergence d'engagements sectoriels volontaires inscrits dans une trajectoire de développement compatible avec la biodiversité dans 16 pays pilotes¹. Ces engagements seront élaborés dans le cadre d'un dialogue multi-acteurs basé sur un diagnostic scientifique.

¹ Bénin, Burkina-Faso, Cameroun, République du Congo, Ethiopie, Fidji, Gabon, Guinée, Guyana, Kenya, Madagascar, Mozambique, Ouganda, Sénégal, Tunisie, Vietnam.

Pour cela, il prévoit de :

1. Tester un processus pilote de construction scientifique d'engagements volontaires multi-acteurs pour la biodiversité,
2. Accompagner les pays à formaliser leurs engagements volontaires nationaux,
3. Contribuer au débat international du cadre mondial de la biodiversité pour l'après-2020 qui sera décidé lors de la 15e Conférence des Parties de la Convention sur la Diversité Biologique (CBD COP 15) qui se tiendra en Chine fin 2021.

Les équipes du projet correspondent à l'équipe siège d'Expertise France (2,5 ETP), de WWF France (1,5 ETP) et de l'UICN (1,5 ETP) ainsi que les 16 assistants techniques présents dans chaque pays pilote du projet. L'équipe de coordination du projet comprend uniquement l'équipe siège d'Expertise France.

Le projet s'adresse à la fois aux acteurs de la communauté internationale impliqués dans les négociations en vue de la CBD COP 15 mais également aux 4 audiences prioritaires suivantes dans chacun des 16 pays pilotes :

1. Secteur public : ministres en charge de l'environnement, agents en charge des négociations et ministre en charge des secteurs sélectionnés pour les engagements
2. Secteurs privés concernés : acteurs industriels et/ou artisanaux de secteurs ayant à la fois des impacts négatifs sur la biodiversité et une position structurelle pour le développement des pays
3. Société civile
4. Bailleurs

Au cours du 1^{er} trimestre 2020, le projet s'est doté d'une stratégie de communication qui a en posé les fondamentaux :

But de la communication

Construire la notoriété du projet en tant qu'acteur crédible de l'émergence d'une communauté d'acteurs autour d'engagements sectoriels ambitieux.

Objectifs de la communication

Quatre objectifs pour construire et asseoir la notoriété du projet :

1. Attention : Susciter l'intérêt d'une communauté d'acteurs autour du projet (son positionnement, son objectif, son mode opératoire...);
2. Compréhension : Favoriser la création d'une communauté d'acteurs engagée autour d'un processus (sentiment d'appartenance à une communauté – donner envie d'en faire partie) ;
3. Conviction : Faciliter la mobilisation des acteurs de chacun des pays en vue de définir conjointement des engagements sectoriels ambitieux ;
4. Action : Valoriser les efforts et les résultats sectoriels multi-acteurs du projet pour influencer les négociations à la COP 15, favoriser leur mise en œuvre effective, et promouvoir le retour d'expérience au bénéfice d'autres pays ou d'autres secteurs.

Mode opératoire

Cette stratégie s'inscrit dans un calendrier d'événements

- internationaux (réunions du SBSTTA et du SBI, le congrès mondial de la nature de l'UICN, le One Planet Summit, le Forum économique mondial, l'Assemblée Générale du PNUE, la réunion de l'OEWG III et la COP 15, etc.) ;
- spécifiques au projet (nationaux et supranationaux).

C. Expression du besoin

La pandémie mondiale entraîne le report et/ou l'annulation des événements de mobilisation des acteurs du projet. Pour renforcer et compléter la stratégie de communication existante, il a été décidé de développer de nouveaux temps d'échanges dématérialisés et de renforcer la première stratégie de communication du projet par une stratégie de gestion et dissémination des connaissances. Il s'agira notamment de :

- En interne : Fédérer une communauté projet² (espaces de dialogue, partage d'expériences, etc.) autour d'objectifs communs et en améliorer son efficacité,
- En externe : Contribuer à la visibilité, la lisibilité, la valorisation et la dissémination des résultats dans une perspective d'influence.

2. Objectifs et résultats poursuivis

A. Objectif général

Sur la base de la stratégie de communication existante et en cohérence avec les contraintes de la crise sanitaire en Europe et en Afrique, le prestataire élaborera un plan stratégique et opérationnel détaillé de gestion et diffusion des informations et connaissances issues du projet et en assurera le déploiement. Il travaillera en lien avec l'équipe de coordination du projet.

B. Objectifs spécifiques

Les objectifs spécifiques de ce contrat sont, à l'échelle nationale et supranationale, de :

- Etablir une stratégie de gestion et diffusion des informations et connaissances basée sur un diagnostic et déclinée en plan d'actions en lien avec la stratégie digitale du projet³ ;
- Assurer l'appropriation de la stratégie de gestion et diffusion des connaissances tout au long du projet.
- Déployer la stratégie de gestion et diffusion des connaissances

² Equipes localisées dans les 16 pays, en France en Suisse

³ En accompagnement avec le consultant recruté pour développer le site internet, un système intranet, une stratégie « réseaux sociaux »

3. Description des services attendus

A. Etablir une stratégie de gestion et diffusion des connaissances basée sur un diagnostic et déclinée en plan d'actions

Le prestataire réalisera un diagnostic des capacités de gestion connaissances et informations des équipes du projet. Cette évaluation devra notamment identifier les moyens humains disponibles au sein des équipes du projet, en plus de leurs connaissances et compétences en matière de gestion et valorisation des connaissances.

En collaboration avec les équipes, le prestataire formulera ensuite une stratégie déclinée en plan d'actions, qui comprendra notamment :

- l'identification des outils de vulgarisation et diffusion des connaissances les plus pertinents pour le projet ;
 - ✓ une attention particulière sera apportée à la définition des différents formats (outils de connaissances mais aussi méthodologies, leçons apprises, outils de collaboration, etc.) et canaux de gestion / diffusion des connaissances ;
- La définition d'un système de gestion des informations et des connaissances incluant notamment :
 - ✓ une organisation claire et détaillée des rôles et responsabilités ;
 - ✓ un procédé de remontée des informations clés auprès du COTECH⁴ ;
 - ✓ un calendrier détaillé de mise en œuvre du plan d'actions intégrant notamment une articulation de la mobilisation nationale et supranationale ;
 - ✓ un modèle de classification et d'organisation des produits de connaissance assurant la systématisation et l'agrégation des informations et connaissances ;
- les besoins détaillés en ressources humaines et financières pour le déploiement de la stratégie ;
- si cela s'avère pertinent, des indicateurs et processus de rapportage permettant de mesurer l'impact de la stratégie de diffusion des connaissances.

B. Assurer l'appropriation de la stratégie de gestion et diffusion des connaissances tout au long du projet.

Le prestataire s'assurera de l'appropriation de la stratégie et du plan d'actions associé par les équipes de projet.

Le prestataire devra réaliser des guides d'utilisations et des formations auprès des équipes pour chaque format ou média de diffusion identifié et pour chaque outil interne identifié.

⁴ « Comité Technique » composé d'Expertise France, UICN (siège en Suisse) et WWF France

C. Déployer la stratégie de gestion et diffusion des connaissances

Le prestataire sera en charge d'accompagner la mise en œuvre de la stratégie de gestion et diffusion des connaissances et le déploiement de ces outils. Il assure la pérennité de la mise en œuvre de la stratégie tout au long du projet, avec si besoin des interventions ponctuelles sur les systèmes de gestion des informations et des connaissances ou auprès des équipes.

Le prestataire devra accompagner et faciliter les temps d'échanges internes et externes à travers un appui méthodologique (format, durée, participants, sujet...) et en les animant.

Le prestataire devra notamment fournir un appui méthodologique et faciliter la formalisation des connaissances sous des formats adaptés à leur diffusion.

Une attention particulière devra être apportée dans l'appui à l'organisation de webinaires et à la capitalisation à l'issue de ceux-ci.

Tout au long du contrat, il sera en charge de faciliter la formalisation des connaissances.

4. Livrables attendus

Tous les livrables (guides, manuels, formations...) devront être remis à la fois en **français** et en **anglais**. Le tableau ci-après propose un planning indicatif. La liste des livrables est susceptible d'évoluer.

Livrables	Date de livraison
<i>Identifier et planifier les priorités de gestion des connaissances à diffuser en interne et en externe</i>	
1. Diagnostic des capacités de gestion des connaissances et informations	T0 + 1,5 mois
2. Stratégie de gestion et diffusion des connaissances déclinée en plan d'actions	T0 + 3 mois
<i>Assurer l'appropriation de la stratégie de gestion et diffusion des connaissances tout au long du projet</i>	
3. Formations et guides pour l'appropriation de la planification stratégique et opérationnelle	T0 + 4 mois
<i>Déployer la stratégie de gestion et diffusion des connaissances</i>	
4. Appui de l'équipe de coordination au déploiement des outils et à la mise en œuvre du modèle de gestion	Tout au long du contrat*

T0 = Date de signature du contrat par l'autorité contractante

*Nombre de jours à disposition à définir avec l'autorité contractante

5. Coordination

Une réunion de lancement se tiendra 7 jours après la notification du contrat. L'interlocutrice principale du prestataire sera la coordinatrice du projet, une coordination étroite avec les équipes du projet devra en outre être mise en place.

6. Expertise et profil demandés

Expert ayant plus de 10 années d'expérience dans la gestion de connaissances. Le prestataire devra fournir au moins 3 références significatives sur des prestations équivalentes (montant, domaine, mission) à cette mission.

1. Qualification et compétences

- **Expérience dans la conception de stratégies de gestion des connaissances et de plans d'actions opérationnels ;**
- **Expérience dans l'animation de communautés de projet ;**
- Diplôme dans une ou plusieurs des disciplines suivantes : gestion des connaissances, journalisme, communication, communication pour le développement, relations internationales ou autres domaines pertinents ;
- Un minimum de 5 ans d'expérience dans la gestion des connaissances et la communication dans le domaine du développement international, avec un dossier professionnel éprouvé produisant une large gamme d'outils et de supports de communication, et avec une bonne connaissance de la technologie des médias, des systèmes de gestion basés sur le Web, médias sociaux pour l'information du public / plaidoyer, forte capacité à traduire les informations techniques dans une grande variété de groupes cibles ;
- Expérience en relations publiques et communication externe, campagnes de diffusion et sensibilisation ;
- Bonne maîtrise des outils de communication en ligne et des campagnes de sensibilisation ;
- Excellente maîtrise du français et de l'anglais ;
- Expérience de travail pour des projets à l'international serait un avantage en particulier dans le domaine du développement durable.

2. Qualités et capacités

Excellentes qualités /capacités :

- de communication
- de travail en équipe et relationnel
- de transmission des savoirs
- de communication visuelle
- d'écoute et de prise en compte des remarques