

AVIS DE RECRUTEMENT EXPERT EN COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE

Nature du recrutement :	Mandat de consultation court-terme
Nombre de jours	
Date de début :	25 septembre 2026
Date de fin de mandat (complété) :	7 novembre 2026
Lieu :	Quartier général de la PNH et travail à domicile

1. Introduction

Le projet Appui à une police professionnelle et inclusive – APPI (2021-2026) a pour objectif de contribuer au renforcement des capacités institutionnelles et opérationnelles de la PNH à maintenir l'ordre dans un contexte de sécurité précaire tout en mettant un accent particulier sur les femmes et les groupes marginalisés. Ces trois principales axes d'intervention et grands objectifs sont :

- a) D'améliorer les capacités de l'Inspection Générale (IG) de la police nationale d'Haïti dans la lutte contre la corruption et la défense des droits humains, y compris l'égalité de genre;
- b) D'appuyer la Direction centrale des Ressources humaines et de la Formation (DCRHF) et la Direction de la logistique pour une meilleure valorisation des ressources humaines et matérielles de la PNH
- c) D'appuyer la Coordination des Affaires féminines et des Questions de genre (CNAFQG) pour institutionnaliser l'égalité des genre (ÉG) au sein de la PNH.

L'expert recruté interviendra principalement auprès de l'Inspection Générale et dans une mesure moindre auprès de la CNAFQG. Les deux mandats sont décrits dans ce document.

2. Mandat de l'intervention auprès de l'Inspection Générale

Il s'agit ici de recruter un (1) expert(e) en communication afin de renforcer les capacités de l'Inspection Générale en communication destinée à la force policière de la PNH et à la population. L'expert(e) assurera une formation sur les principes de la communication institutionnelle et accompagnera les participants dans l'élaboration d'un plan de communication et le développement d'outils de communication.

Une communication institutionnelle efficace est essentielle pour renforcer la confiance du public, la cohésion du personnel, la coordination opérationnelle et la redevabilité de l'institution policière. L'Inspection Générale doit disposer de pratiques de communication claires, cohérentes, opportunes et éthiques, tant à l'interne qu'à l'externe, avec les communautés, les médias, les autorités publiques, la population en général et la force policière.

La présente mission vise à doter l'IG d'une compréhension commune de la communication institutionnelle, à former à la communication, à produire un plan de communication pratique, adapté à son contexte opérationnel et trois (3) outils de communication.

2.1 Objectifs

L'objectif général de la mission est de former un groupe restreint (maximum 10) d'employés de l'IG sur la communication institutionnelle afin qu'ils comprennent, appliquent et pérennisent des pratiques efficaces de communication au sein de l'Inspection générale.

Les objectifs spécifiques du mandat sont les suivants :

- Amener les participants à comprendre l'importance et les spécificités de la communication dans le contexte du rôle, des responsabilités et des attributions de l'Inspection Générale.
- Comprendre les différences entre divers types de communication : Développer les compétences des participants à communiquer avec leurs collègues policiers de manière appropriée et différente des communications actuelles de la hiérarchie et, Renforcer les compétences des participants en communication externe avec la population, les communautés, les médias, et la société civile.
- Saisir les notions d'objectivité et de neutralité dans le partage d'information;
- Promouvoir une communication exacte, accessible, respectueuse, inclusive, transparente et attentive aux considérations d'ÉG et des Droits humains.
- Accompagner l'élaboration d'un plan de communication interne et externe pour l'IG comprenant l'élaboration des messages, les canaux de communication, et mécanismes de suivi.
- Développer trois (3) outils génériques de communication (ex. communiqué de presse) et s'assurer que les participants en maîtrisent l'utilisation.
- Colliger un Guide de communication qui comprend le matériel appris durant la formation et des modèles à suivre.

2.2 Étendue des travaux

- a) L'Expert (e)devra couvrir au minimum les thèmes suivants :
- b) Définition, objectifs et principes de la communication institutionnelle.
- c) Identité institutionnelle, crédibilité, éthique, confidentialité et cohérence des messages.
- d) Communication interne : information du personnel et communication de crise.
- e) Communication externe : Information du public, engagement communautaire, gestion des rumeurs et réponse à la désinformation.
- f) Communication lors d'incidents, d'urgences ou d'autres situations sensibles.
- g) Analyse des publics, élaboration des messages clés, choix des canaux de communication et rôle des porte-paroles.
- h) Communication inclusive et sensible au Genre et aux Droits humains.

2.3 Livrables attendus

- Développement de trois outils de communication IG
- Un plan de communication interne et externe
- Un Guide de communication qui comprend le matériel appris et des modèles à suivre.

3. Mandat auprès de la CNAFQG

L'expert(e) accompagnera la CNAFQG et les cellules VBG dans l'élaboration d'outils et d'un plan d'action de communication et de plaidoyer visant à soutenir leurs activités de prévention et de sensibilisation communautaire sur les VBG. La démarche suivra le séquençement prévu : développement des outils, planification, mise en œuvre et évaluation. À cette fin, l'expert(e) préparera et animera trois (3) sessions de travail avec la CNAFQG et les cellules VBG afin de valider les messages et les supports, de préciser les publics cibles, les canaux et lieux de diffusion, ainsi que la répartition des responsabilités et les mécanismes de suivi.

L'expert(e) assurera également la conception et/ou l'adaptation des supports nécessaires à la campagne, notamment des messages clés, des dépliants et de courts contenus audiovisuels adaptés à une diffusion sur WhatsApp. Ces supports intégreront, une fois validée, la nouvelle typologie des VBG ainsi que les bonnes pratiques de traitement des cas.

3.1. Objectifs

L'objectif général de ce volet du mandat est d'appuyer la CNAFQG et les cellules VBG dans la mise en place d'une démarche cohérente de communication et de plaidoyer leur permettant de conduire des activités communautaires de prévention et de sensibilisation sur les VBG à partir de messages et d'outils harmonisés.

Les objectifs spécifiques du mandat sont les suivants :

- Élaborer, avec la CNAFQG et les cellules VBG, un plan d'action de communication et de plaidoyer adapté à leurs responsabilités et à leurs contextes d'intervention.
- Définir et valider de manière participative les messages, les publics cibles, les canaux, les lieux de diffusion et la répartition des responsabilités.
- Concevoir ou adapter des supports de sensibilisation accessibles, inclusifs et utilisables auprès des communautés, y compris sur WhatsApp.

3.2. Étendue des travaux

L'expert(e) devra réaliser au minimum les tâches suivantes :

- a) Examiner les outils, supports et documents disponibles et identifier, avec la CNAFQG et les cellules VBG, les besoins prioritaires de communication et de plaidoyer.
- b) Préparer et animer trois (3) sessions de travail avec la CNAFQG et les cellules VBG pour développer et valider les orientations de la campagne.
- c) Définir les messages clés, les publics cibles, les formats, les canaux et lieux de diffusion, ainsi que les rôles et responsabilités des parties prenantes.

- d) Élaborer un plan d'action de communication et de plaidoyer précisant le séquençement des activités, le calendrier, les responsabilités, les ressources requises et les mécanismes de suivi et d'évaluation.
- e) Concevoir et/ou adapter les supports convenus, notamment des messages clés, des dépliants et de courts contenus audiovisuels adaptés à une diffusion sur WhatsApp.

3.3. Livrables attendus

- Une synthèse des trois (3) sessions de travail, présentant les orientations et les messages validés par la CNAFQG et les cellules VBG.
- Un plan d'action de communication et de plaidoyer précisant les messages, les publics cibles, les canaux et lieux de diffusion, le calendrier, les responsabilités et les mécanismes de suivi et d'évaluation.
- Un ensemble de messages clés et de supports de sensibilisation validés, comprenant notamment des dépliants et de courts contenus audiovisuels adaptés à WhatsApp.
- Des supports de diffusion de la nouvelle typologie des VBG et des bonnes pratiques de traitement des cas, produits après validation du contenu technique.

4. Qualifications et expérience requises

Le/la candidat(e) devra justifier des qualifications et expériences suivantes :

- Un diplôme universitaire en communication, journalisme, relations publiques, sciences sociales, administration publique ou dans un domaine connexe.
- Minimum cinq années d'expérience professionnelle pertinente en communication institutionnelle, communication stratégique, information du public et relations avec les médias.
- Une expérience démontrée dans la conception et l'animation de formations destinées à des institutions publiques. Expérience auprès d'acteurs du secteur de la sécurité, personnels chargés de l'application de la loi ou publics similaires, un atout.
- Une expérience avérée dans l'élaboration de stratégies ou de plans de communication interne et externe.
- Une connaissance de l'engagement communautaire, de la communication fondée sur les droits humains, de l'inclusion et du renforcement de la confiance du public.
- D'excellentes compétences en facilitation, rédaction, analyse et relations interpersonnelles.
- La maîtrise du français. La connaissance du créole est un atout.

5. Confidentialité et conduite professionnelle

L'expert(e) est tenu(e) de traiter comme confidentielle toutes les informations obtenues dans le cadre de son mandat. Les produits de formation et de communication produits dans le cadre de ce contrat ou par les participants aux sessions de travail seront la propriété de la PNH. Ils ne sauraient être référencés, mentionnés ou utilisés dans le cadre de communication par l'expert (e) et ses publications.