

Termes de Référence Communication Digitale Octobre 2025 à Juin 2026

V 2025_08_29

1. Contexte et présentation de l'OPC

L'Organisation pour la Prévention de la Cécité (OPC) est une ONG internationale reconnue d'utilité publique, créée en 1978. Elle soutient les ministères de la santé en Afrique francophone dans la mise en œuvre de programmes de santé oculaire et de lutte contre les maladies tropicales négligées (MTN) pour prévenir et soigner la malvoyance et la cécité évitables et améliorer les conditions de vie des populations les plus vulnérables. Ses interventions concernent 7 à 10 millions de personnes chaque année, avec un impact durable sur les systèmes de santé.

Notre action se concentre sur :

- L'élimination des maladies handicapantes que sont le trachome, l'onchocercose, la filariose lymphatique, la schistosomiase, les géohelminthiases.
- Le renforcement des services ophtalmologiques et optiques nationaux par la formation et l'achat d'équipements, et les campagnes de dépistage.

Nos particularités:

- ONG de taille modeste, mais avec des projets à grande échelle.
- Pas d'équipe terrain : interventions menées par les ministères partenaires.
- Sujets techniques et complexes à communiquer (santé publique, maladies négligées) nécessitant créativité pour les rendre humains et attractifs.
- Faible disponibilité de témoignages individuels, peu de production photo/vidéo interne.
- Importance d'un prestataire capable de transformer des contenus techniques en messages engageants pour le grand public, les donateurs et les partenaires.

Notre Communication digitale :

- Nos priorités : en 1er lieu, soutenir les efforts d'appel à la générosité du public et à la philanthropie en France. En 2nd lieu, valoriser notre expertise et de notre action en France et à l'international, auprès des acteurs clefs de notre secteur.
- Nos supports (en Français et en Anglais) : site web opc.org (en cours de refonte), Facebook, LinkedIn, Instagram, newsletter trimestrielle, mailings ponctuels.
- Nos outils : WordPress, Brevo, OHME

2. Objectif de la mission

En l'absence de la Responsable communication et marketing durant son congé maternité, assurer la continuité et le développement de la présence digitale de l'OPC :

- Mettre en œuvre la stratégie de communication digitale en cours : planifier, produire et diffuser les contenus, assurer la veille et la modération, ainsi que l'analyse quantitative.
- Finaliser et enrichir les contenus du nouveau site web, dans un souci d'information du public sur la santé oculaire, de relais du plaidoyer OMS et d'optimisation du parcours donateur.
- Proposer des améliorations et recommandations opérationnelles pertinentes.

3. Périmètre et livrables attendus – en Français et en Anglais

NB : Cette mission n’inclut aucun déplacement sur le terrain.

3.1 Site web (WordPress)

En concertation autant que de besoin avec le prestataire web

- Relire et optimiser toutes les pages du nouveau site avant mise en ligne.
- Rédiger/intégrer progressivement de nouveaux contenus (ex. maladies, legs, projets, actus).
- Optionnel : contribution travaux SEO ou campagnes Google Ads.

3.2 Réseaux sociaux (LinkedIn, Facebook, Instagram)

En concertation avec l'équipe OPC

- Publier 2 à 4 posts par mois et par réseau, en français et en anglais (rédaction, illustration).
- Veiller et réagir aux publications sectorielles (environ 25 institutions, alliances et partenaires)
- Optionnel : mise en avant ponctuelle de publications (boost).

3.3 Newsletters et campagnes e-mailings (Brevo)

En concertation avec la Directrice exécutive et autant que de besoin avec la prestataire marketing direct

- Produire et diffuser la newsletter trimestrielle : novembre– février –mai.
- Décliner en emailing les campagnes print marketing direct : Giving Tuesday, décembre, avril.

3.4 Reporting

- Fournir un bref rapport mensuel d’activités incluant quelques KPI clés.

4. Sources et formats des contenus

- Documents internes OPC (rapports de projets, comptes-rendus de réunion).
- Documents et kits de communication du secteur (OMS, IAPB, ICTC, Sightsavers, End Fund...).

5. Organisation et validations

- Référent interne : Directrice exécutive de l’OPC.
- Lieu : à distance, présence au siège de l’OPC à Paris requise au moins 1 à 2 fois par mois.
- 1 point éditorial mensuel + validations au fil de l’eau.
- Le prestataire proposera les sujets et angles en s’appuyant sur les documents disponibles et les échanges avec les chargés de projets, ainsi que sa curiosité pour l’OPC, ses partenaires et son secteur.

6. Compétences et profil recherchés

- Consultant justifiant d’un savoir-faire confirmé en production de contenus et communication digitale. Une première connaissance des ONG et de la santé publique internationale sera un atout.
- Excellente aisance rédactionnelle, capacité à transformer des sujets techniques en messages accessibles et engageants.
- Curiosité d’esprit, créativité, force d’initiative et de proposition, aptitude à s’appropriier un sujet pour s’en faire l’ambassadeur.
- Bilingue français/anglais (native ou quasi-native).
- Sensibilité à la logique de collecte de fonds et marketing relationnel.

Organisation pour la prévention de la cécité

17 villa d’Alesia, 75014 Paris, France

opc@opc.asso.fr - (33) 144 124 190

www.opc.org - www.opc.ngo

7. Modalités contractuelles

- Durée : 27 octobre 2025 au 28 juin 2026.
- Temps alloué : 30 à 35 jours au total.
- Budget alloué : 18 000 à 21 000 EUR € TTC au total (facturation mensuelle).
- Adhésion aux valeurs et à la charte de déontologie de l'OPC.
- Tous les contenus produits seront cédés à l'OPC pour usage illimité.

Ces termes de référence s'appliquent à une mission de prestation, pour un prestataire dûment habilité à exercer et facturer une telle activité. Ils ne peuvent donner lieu à contrat de travail.

8. Dossier de soumission

Contact pour échange ou questions : Céline NOGUES, Directrice exécutive : c.nogues@opc.asso.fr

Envoyer par email :

- Dossier de présentation précisant l'approche et la méthodologie envisagée ainsi que la valeur ajoutée proposée
- CV de ou des intervenants
- Références de missions comparables et exemples de contenus produits (FR et EN).
- Proposition financière détaillant le volume de travail inclus.

Date limite de soumission : lundi 15 septembre à minuit.