



CERTIFIÉ ISO 9001/14001

FONDS SPECIAL D'EQUIPEMENT ET D'INTERVENTION INTERCOMMUNALE

AVIS DE SOLLICITATION A MANIFESTATION D'INTERET N° 004 /ASMI/FEICOM/DG/2025
DU 17 MARS 2025
POUR LE RECRUTEMENT D'UN CABINET EN VUE DE LA MISE A JOUR DE LA SOUS-STRATEGIE DE COMMUNICATION DU FEICOM – EXERCICE 2025

1-CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Le Fonds Spécial d'Équipement et d'Intervention Intercommunale (FEICOM) est un Etablissement Public à caractère économique et financier, doté de la personnalité juridique et d'une autonomie financière. Créé en 1974 (soit il y a 50 ans), rendu opérationnel en 1977, réorganisé plusieurs fois dont la dernière en date par décret présidentiel n°2018/635 du 31 octobre 2018. Il est placé sous la double tutelle technique et financière du Ministère de la Décentralisation et du Développement Local et du Ministère des Finances. Ce nouveau texte renforce ses missions et étend ses compétences aux Régions, tout en élargissant l'assiette de ses ressources à celles issues des marchés financiers, de la valorisation de son patrimoine, des dépôts à termes, etc. Le Fonds a pour principale mission de contribuer au développement harmonieux de toutes les Collectivités Territoriales Décentralisées sur la base de la solidarité nationale et de l'équilibre inter-régional et intercommunal, en liaison avec les administrations concernées.

Le FEICOM qui a connu plusieurs mutations organiques et structurelles est un instrument majeur de l'Etat dans l'accélération du processus de décentralisation, dont le développement local est le corollaire. Ainsi, plusieurs chantiers ont été engagés pour améliorer la qualité des services. Cette modernisation se traduit par l'adoption du Système de Management de la Qualité (SMQ) et la certification de l'organisme aux Normes ISO 9001 et 14001, l'élaboration des plans d'actions prioritaires, du Document de Stratégie du FEICOM (DSF) et de la sous-stratégie de communication (2022-2024).

L'adoption de ce dernier document a permis une communication planifiée, ciblée, efficace, efficiente et proactive sur les missions, les interventions, les performances et le rôle du FEICOM dans le financement des projets communaux et dans le processus de décentralisation. Cela s'est traduit par une communication stratégique dont les plans annuels en seraient la déclinaison et qui permettraient d'accompagner plus efficacement l'entreprise dans l'atteinte de ses objectifs et l'amélioration des performances visées par l'organigramme qui place la Cellule de la Communication, des Relations publiques et du Protocole, comme service rattaché au Directeur Général.

Pendant trois années, les actions déclinées dans le plan opérationnel de la sous-stratégie ont été mises en œuvre. Il est dès lors indispensable de se pencher à nouveau sur le contenu de ce document, afin de prendre en compte les nouveaux éléments de contexte, notamment la présence de plus en plus importante sur les réseaux sociaux, pour le mettre à jour et définir de nouvelles actions de déploiement.

Pour permettre à la Cellule de la Communication, des Relations publiques et du Protocole d'accomplir les missions qui lui ont été dévolues notamment une communication ciblée, efficace et professionnelle, le FEICOM a décidé de se faire accompagner par un consultant spécialiste en communication institutionnelle afin de mettre à jour sa sous-stratégie de communication pour la période 2025-2027. Le coût de la prestation est évaluée à 20 000 000 FCFA.

2. OBJECTIF DE LA PRESTATION

Objectif global : Mettre à jour la sous-stratégie de communication du FEICOM pour la période 2025-2027, avec un accent sur la communication digitale, en vue d'assurer une large visibilité de toutes ses actions.

Objectifs spécifiques :

Objectifs de notoriété

- ❖ Faire connaître ses actions et réalisations auprès des CTD ;
- ❖ Accroître la notoriété spontanée de l'organisme auprès de tous les publics cibles ;
- ❖ Valoriser ses partenariats à travers l'exposition des actions et retombées d'activités menées ;
- ❖ Susciter l'envie de collaborer avec le FEICOM auprès des partenaires potentiels dans le but de le soutenir ou de profiter de sa notoriété dans le cadre de nouvelles réalisations ;
- ❖ Susciter des propositions d'investissement en relation avec les nouvelles compétences du FEICOM.

Objectifs d'image

- ❖ Développer le capital confiance à travers une communication ciblée sur les mesures prises en direction de la qualité de service et la satisfaction des CTD ;
- ❖ Entretenir une communication sur le « label FEICOM » (son identité, sa spécificité, ses valeurs, ses réalisations, etc.) ;

- ❖ Développer un capital sympathie et donner l'image d'une entreprise sérieuse, sympathique, citoyenne, proche et soucieuse du bien-être des populations pour lesquelles elle œuvre sans relâche.

Objectifs de changement d'attitude

- ❖ Amener les publics internes à comprendre et à accompagner les orientations stratégiques du top management du FEICOM ;
- ❖ Susciter l'adhésion des publics internes et externes aux choix et actions de l'organisme à travers une communication proactive ;
- ❖ Inciter les médias et la société civile à entretenir et encourager les débats et recherches sur le développement local.

3. NATURE ET CONSISTANCE DES PRESTATIONS

Sous la supervision d'un comité présidé par le Directeur Général du FEICOM, les travaux du Cabinet porteront sur :

- L'évaluation de la mise en œuvre de la sous-stratégie 2022-2024 ;
- L'élaboration d'une stratégie de communication triennale interne et externe sur une période de trois ans (2025-2027) assortie d'un budget global ;
- La proposition d'un plan de mise en œuvre annuel ;
- Le suivi-évaluation.

La sous-stratégie devra articuler des propositions en direction de tous les publics cibles du FEICOM notamment :

- **Les clients : Collectivités Territoriales Décentralisées** qui doivent être informées sur les offres du FEICOM : types, mécanismes et outils de financements (communication sur le produit) et les mesures prises par l'organisme en vue d'améliorer ses prestations ainsi que les opportunités d'assistance technique (communication sur le service) ;
- **Les cibles stratégiques : Gouvernement, Sénat, Assemblée nationale, Conseil d'Administration** qui doivent être informés sur les réalisations et performances du FEICOM, l'utilisation des ressources allouées par l'Etat, l'arrimage des interventions du FEICOM aux stratégies gouvernementales et les perspectives de l'organisme ;
- **Les partenaires : bailleurs de fonds, coopération technique, partenaires institutionnels, médias** doivent avoir toute l'information sur les réalisations et performances du FEICOM, l'utilisation des fonds issus de la coopération et les opportunités offertes par le FEICOM, l'arrimage des interventions du FEICOM aux stratégies internationales (ODD) et les perspectives de l'organisme ;
- **Les partenaires potentiels** doivent avoir toute l'information sur les missions du FEICOM, les actions de partenariat déjà réalisées avec d'autres, les avis des partenaires passés ou actuels, les nouvelles missions et compétences de l'entreprise, son sérieux et ses compétences dans les domaines qui lui sont donnés par l'Etat, etc. ;
- **Les cibles internes : personnel du FEICOM** qui doit être motivé, se sentir impliqué et être au courant des valeurs, des choix stratégiques, des mutations, des perspectives de l'entreprise pour être dans la dynamique, asseoir une culture d'entreprise et optimiser les performances du FEICOM.
- **Les populations** : ultimes destinataires et bénéficiaires des interventions du FEICOM, les populations doivent être informées des interventions du FEICOM et ressentir l'impact et l'utilité de l'organisme dans le développement de leur territoire.

Au terme de sa mission, le cabinet devra produire :

- Un état des lieux de la communication interne et externe du FEICOM (2022-2024)
- Une sous-stratégie de communication interne et externe du FEICOM (2025-2027) intégrant : un cadre stratégique, un plan d'action opérationnel, élaborée, livrée au FEICOM et comportant un chronogramme de mise en œuvre des activités ;
- Un mécanisme institutionnel de suivi-évaluation de la mise en œuvre de la stratégie élaborée ;
- Un rapport final.

NB : Le document de sous-stratégie devra être produit en français et en anglais.

4. PROFIL DU CABINET

Les cabinets postulants doivent réunir les conditions suivantes :

- Spécialisation dans la mission

- Spécialisation dans la mission
- Etre une agence de communication camerounaise de plus de 10 ans d'expertise et spécialisée en Communication pour le Développement, proposant des services de conseil stratégique et d'appui opérationnel dans les domaines de la communication institutionnelle, l'évènementiel, le digital et le marketing.
- Justifier des qualifications ci-dessous répertoriées :
- Expérience dans l'élaboration des stratégies de communication des entreprises : le Consultant devra apporter les éléments de preuves indiquant qu'il a déjà eu à élaborer la stratégie de communication d'au moins trois organismes de développement (État de services signé avec première et dernière page des contrats ou missions effectué (e) s);
- Avoir une équipe de trois personnels aux compétences et qualifications ci-après :
 - Le chef de mission devra être titulaire d'un BAC+5 et compter au moins 10 ans d'ancienneté dans l'environnement des agences de communication avec une expérience dans la conduite de mission d'élaboration des stratégies de communication, de social média management et/ou de notoriété web ;
 - Le Cabinet doit avoir deux experts accompagnant le chef de mission dont l'un titulaire d'un BAC+5 et au moins 05 années d'expertise dans le domaine de la communication et l'autre titulaire d'un BAC+5 et au moins 05 années dans le domaine du marketing digital. Les deux doivent avoir participé dans l'élaboration d'au moins une mission de stratégie de communication des institutions et/ ou de social media management ou de notoriété web.

6. CRITERES DE QUALIFICATION OU D'EVALUATION

Pour le Dossier Administratif, les pièces administratives suivantes sont requises :

- Une lettre de manifestation d'intérêt timbrée ;
- Une attestation de non exclusion des marchés publics délivrée par l'ARMP ;
- Une copie certifiée de l'attestation d'immatriculation ;
- Une copie certifiée de l'attestation de conformité fiscale ;
- Un plan de localisation signé sur l'honneur précisant la Commune du lieu de l'établissement, la dénomination du quartier et le lieu-dit ;

** NB : Toutes les pièces fiscales devront être datées de moins de trois mois.*

Pour le Dossier Technique, les documents ci-dessous doivent être produits :

a) Chaque Cabinet fournira :

Un dossier de références techniques présentant les documents certifiant la spécialisation du consultant pour la mission :

- Expertise dans les domaines de la mission.

Un dossier d'Expérience du Consultant (Références du Consultant Qualification et Compétences

- Expérience dans les missions similaires d'élaboration ou de mise à jour de stratégie de communication ;
- Expérience dans les missions d'élaboration de stratégie de social media management ;
- Expérience dans les missions de développement de la notoriété web de certaines institutions ;

Un dossier comprenant les Qualifications du consultant ;

- Qualifications pour la mission (CV, et copies de diplômes, expériences antérieures, etc.) de l'équipe de la mission ;
- Méthodologie et compréhension de la mission.

7. CRITERES D'EVALUATION DU DOSSIER TECHNIQUE

Critères d'évaluation	Répartition	Points	
		Nombre	Sous total
PRESENTATION GENERALE	Format	1,5 pts	05 pts
	Respect de l'ordre des pièces	1,5 pts	
	Intercalaires	2 pts	
REFERENCES TECHNIQUES CABINET	Expérience dans les missions similaires (d'élaboration ou de mise à jour de stratégie de communication (état de services signé avec première et dernière page des contrats ou missions effectué (e) s)	10 pts	30 pts
	Expérience dans les missions d'élaboration de stratégie de social media management (état de services signé avec première et dernière page des contrats ou missions effectué (e) s)	10 pts	
	Expérience dans les missions de développement de la notoriété web de certaines institutions (état de services signé avec première et dernière page des contrats ou missions effectué (e) s)	10 pts	
QUALIFICATION ET COMPETENCES DU PERSONNEL	Profil du chef de mission (BAC+5) Diplôme le plus élevé certifié, CV signé et daté, attestation de présentation de l'original du diplôme	5 pts	20 pts
	Expérience dans les missions similaires d'élaboration ou de mise à jour de stratégie de communication	5 pts	
	Expérience dans les missions d'élaboration de stratégie de social media management	5 pts	
	Expérience dans les missions de développement de la notoriété web de certaines institutions	5pts	
	Profil du 1 ^{er} expert BAC+5 Diplôme le plus élevé certifié, CV signé et daté, attestation de présentation de l'original du diplôme	4 pts	20 pts
	avoir au moins une expérience dans le domaine de la communication et ayant participé à une mission d'élaboration d'un document de stratégie de communication d'une institution publique/privée	6 pts	
	Profil du 2 ^{ème} expert BAC+5 Diplôme le plus élevé certifié, CV signé et daté, attestation de présentation de l'original du diplôme	4 pts	
	avoir au moins une expérience dans le domaine du marketing digital et ayant participé à une mission d'élaboration d'un document de stratégie de communication d'une institution publique/privée	6 pts	
	Méthodologie d'intervention :	12 pts	

METHODOLOGIE ET PLANNING D'EXECUTION DES PRESTATIONS ET OBSERVATIONS SUR LES TERMES DE REFERENCE DE LA MISSION	*Bonne (12 pts) *Moyenne (08 pts) * Faible (05 pts)		25 pts
	Planning d'exécution conforme à la méthodologie : *Bonne (04 pts) *Moyenne (2 pts) *Faible (01 Pts)	4 pts	
	-Observations sur les termes de référence *trois (09 pts) *deux (06 pts) *un (03 Pts) (au moins 3 observations)	9 pts	
TOTAL			100 pts

Seules les offres techniques ayant obtenu 80 points/100 ou plus seront préqualifiées pour la participation à l'Appel d'Offres National Restreint.

8. DUREE DE LA MISSION

Sur la base de la méthodologie proposée et validée, le consultant devra soumettre un chronogramme précis d'exécution des prestations dont la durée maximum est fixée à quatre-vingt-dix (90) jours (03 mois) à compter de la date de signature du contrat, y compris les délais de dépôt des documents finaux.

9. FINANCEMENT

Les prestations objet du présent Avis de Sollicitation à Manifestation d'Intérêt seront financées par le budget du Fonds Spécial d'Equipement et d'Intervention Intercommunale, Exercice 2025.

10. MENTION A INSCRIRE

Les dossiers de l'ASMI devront parvenir en cinq (05) exemplaires en français ou en anglais, sous pli fermé et scellé, à l'adresse ci-après, au plus tard le ~~12.08.2025~~ **12.08.2025** heures, avec la mention suivante :

« AVIS DE SOLLICITATION A MANIFESTATION D'INTERET N° ~~0014~~ **0014**... /ASMI/FEICOM/CIPM/2025
DU ~~10.7.2025~~ **10.7.2025**... POUR LE RECRUTEMENT D'UN CABINET EN VUE DE LA MISE A JOUR DE LA
SOUS-STRATEGIE DE COMMUNICATION DU FEICOM – EXERCICE 2025

11- ADRESSE DE DEPOT DES CANDIDATURES ET RENSEIGNEMENTS COMPLEMENTAIRES

DIRECTION GENERALE DU FEICOM

Service des Marchés et Approvisionnements, Porte 11, Poste 217, sis à l'ancien siège du FEICOM

Quartier Mimboman BP 718 Yaoundé, FEICOM Rue 4.561, Mimboman Yde 4^{ème}

Cameroun

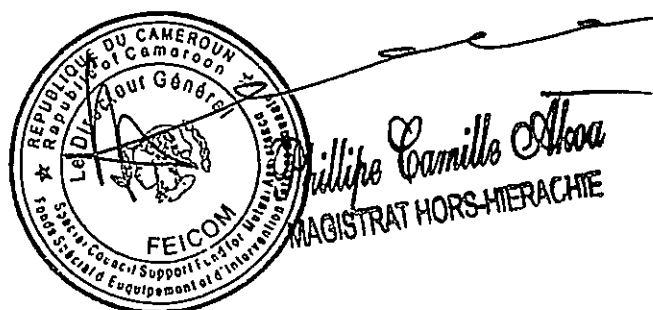
Tel (237) 222 23 51 64- Fax (237) 222 23 17 59

Ampliations :

- MINMAP ;
- ARMP (pour publication et archivage) ;
- AFFICHAGE (pour information) ;
- Chronos/Archives.

Fait à Yaoundé, le 07 MARS 2025

Le Directeur Général,





ISO 9001/14001 CERTIFIED

SPECIAL COUNCIL SUPPORT FUND FOR MUTUAL ASSISTANCE

CALL FOR EXPRESSION OF INTEREST No. 0824 /ASMI/FEICOM/DG/2025 OF

07-11-2025

**FOR THE RECRUITMENT OF A CONSULTANCY FIRM TO UPDATE FEICOM'S
COMMUNICATION SUB-STRATEGY FOR THE 2025 FINANCIAL YEAR**

1-BACKGROUND AND RATIONALE

The Special Council Support Fund for Mutual Assistance (FEICOM) is a public economic and financial establishment, endowed with a legal personality and enjoying financial autonomy. FEICOM was created in 1974 (50 years ago) and rendered operational in 1977. It has been reorganised several times with the most recent reorganisation ushered in by presidential decree No. 2018/635 of 31 October 2018. It is placed under the technical supervisory authority of the Ministry of Decentralization and Local Development and the financial supervisory authority of the Ministry of Finance. The new text strengthens its duties and expands them to Regions, while broadening the base of its resources to those obtained from financial markets, the leveraging of its assets, term deposits, etc. The Fund's main duty is to contribute to the harmonious development of all the Regional and Local Authorities based on national solidarity and inter-regional and inter-council balance, in collaboration with the relevant Government services.

FEICOM, which has undergone several organic and structural changes, is a major instrument of the State in fast-tracking the decentralization process, which is translated into local development. To this end, several projects have been undertaken to improve the quality of its services. This modernisation has led to the adoption of the Quality Management System (QMS) and FEICOM's certification under the ISO 9001 and 14001 Standards, the development of priority action plans, FEICOM Strategy Paper (DSF) and the communication sub-strategy (2022-2024).

The adoption of FEICOM's communication sub-strategy has allowed for planned, targeted, effective, efficient and proactive communication on the duties, interventions, performance and role of FEICOM in the financing of RLA projects and in the decentralisation process. This has resulted in strategic communication which is translated into annual plans used to provide a more effective support to the company in achieving its goals and improving the performance targeted by the organization chart which considers the Communication, Public Relations and Protocol Unit, as a service attached to the General Manager's Office.

For three years, the actions detailed in the operational plan of the sub-strategy have been implemented. It is therefore essential to review the content of this document, in order to take into account the new elements of the context, including particularly the increasingly important presence on social networks, to update the strategy and define new deployment actions.

To enable the Communication, Public Relations and Protocol Unit to accomplish the missions assigned to it, notably to provide targeted, effective and professional communication, FEICOM has decided to hire the services of a consultant specialised in institutional communication with a view to updating its communication sub-strategy for the period 2025-2027. The cost of the assignment is estimated at CFA francs 20,000,000.

2. OBJECTIVE OF THE ASSIGNMENT

Overall objective: To update FEICOM's communication sub-strategy for the period 2025-2027, with particular emphasis on digital communication, with a view to ensuring broad visibility of all its actions.

Specific objectives:

Awareness goals

- ❖ To make its actions and achievements known to RLAs;
- ❖ To scale up the spontaneous reputation of the organization among all target audiences;
- ❖ To promote its partnerships through the exhibition of actions and results of activities carried out;
- ❖ To create the desire among potential partners to collaborate with FEICOM with a view to supporting it or making the most of its reputation in the context of new achievements;
- ❖ To encourage investment proposals relating to FEICOM's new powers.

Image goals

- ❖ To develop trust through targeted communication on the measures taken to provide quality services and satisfy RLAs;
- ❖ To maintain communication on the "FEICOM label" (its identity, its specificity, its values, its achievements, etc.);
- ❖ To arouse sympathy and give the image of a serious, friendly, citizen-oriented company, standing by the population and concerned about their well-being for which it works tirelessly.

Attitude change goals

- ❖ To help the internal public to understand and support the strategic orientations of FEICOM's top management;
- ❖ To arouse support from the internal and external public for the organization's choices and actions through proactive communication;
- ❖ To encourage the media and the civil society to maintain and encourage debates and research on local development.

3. NATURE AND CONTENT OF THE SERVICES

Under the supervision of a committee chaired by FEICOM's General Manager, the assignment of the Consultancy Firm shall focus on the following:

- Evaluation of the implementation of the 2022-2024 communication sub-strategy;
- Drawing up a three-year internal and external communication strategy covering the period from 2025 to 2027 alongside an overall budget;
- Proposing an annual implementation plan;
- Monitoring and evaluation.

The communication sub-strategy must include proposals aimed at all FEICOM target audiences, especially the following:

- **Customers: Regional and Local Authorities** which should be informed about FEICOM's offers: types of offers, financing mechanisms and tools (communication on the product) and measures taken by the organization to improve its services as well as technical assistance opportunities (communication about the service);
- **Strategic targets: Government, Senate, National Assembly, Board of Directors** which must be informed about the achievements and performances of FEICOM, the use of resources allocated by the State, the alignment of FEICOM's interventions with government strategies and the prospects of the organization;
- **Partners: donors, technical cooperation partners, institutional partners, media organs** must have all the information on the achievements and performances of FEICOM, the use of funds from cooperation bodies and opportunities offered by FEICOM, alignment of FEICOM's interventions to international strategies (SDGs) and prospects for the organization;
- **Potential partners** must have all the information on the missions of FEICOM, the partnership actions already carried out with earlier partners, the opinions of former or current partners, the new missions and powers of the company, its seriousness and skills in the areas devolved to it by the State, etc.;
- **Internal targets: FEICOM staff** who should be motivated, feel involved and be aware of the values, strategic choices, changes, prospects of the company in order to remain relevant, establish a corporate culture and optimise FEICOM's performance.
- **The population:** As the ultimate recipients and beneficiaries of FEICOM's interventions, the population needs to be informed of FEICOM's interventions and feel the impact and usefulness of the organization in the development of their territory.

At the end of its assignment, the consultancy firm should prepare and submit:

- A situational assessment of FEICOM's internal and external communication (2022-2024)
- A 2025-2027 internal and external communication sub-strategy for FEICOM integrating: a strategic framework, an operational action plan, developed and delivered to FEICOM including a timeframe for implementing activities;
- A developed institutional mechanism for monitoring and evaluating the implementation of the strategy;
- A final report.

NB: The sub-strategy document should be drafted in French and English.

4. PROFILE OF THE CONSULTANCY FIRM

Applying consultancy firms must fulfil the following conditions:

- Specialisation in the mission
- Be a Cameroonian communications agency with more than 10 years of expertise and specialised in development communication, offering strategic consulting and operational support services in the areas of institutional, event-related, digital and marketing communication.

Justify that it has the qualifications listed below:

- Have experience in developing corporate communications strategies: the Consultant must provide evidence indicating that he or she had already developed the communication strategies of at least three development organizations (signed statement of services with the first and last pages of contracts or missions carried out);
- Have a three-member team with the following skills and qualifications:
 - The head of mission must hold a GCE A-level + 5 years of higher studies (BAC+5) and have at least 10 years of professional experience in the environment of communication agencies with experience in leading missions to develop communication strategies and social media management. and/or online visibility;
 - The Consultancy firm must have two experts assisting the head of mission, one of whom should hold a GCE A-level + 5 years of higher studies (BAC+5) and at least 05 years of professional experience in the field of communication. The other assistant should hold a GCE A-level + 5 years of higher studies (BAC+5) and at least 05 years of experience in the field of digital marketing. Both must have participated in the development of at least one institutional communication strategy and/or social media management or online visibility mission.

6. QUALIFICATION OR EVALUATION CRITERIA

For the Administrative File, the following administrative documents shall be required:

- A stamped letter of expression of interest;
- An attestation of non-exclusion from public contracts issued by ARMP;
- A certified copy of the company's registration certificate;
- A certified copy of the company's tax compliance certificate;
- A location map signed on honour specifying the municipality of establishment of the consultancy firm, the name of the neighbourhood and the locality;

** NB: All tax documents must have been issued within the last three months.*

For the Technical File, the following documents must be provided:

a) Each consultancy firm should provide:

A file of technical references presenting documents certifying the specialisation of the consultant for the mission:

- Expertise in the area of missions.

A file showing the experience of the consultancy firm (References of the Consultant's qualification and skills)

Profile of the first expert: GCE A-level + 5 years of higher studies (BAC+5), certified highest certificate, signed and dated CV, attestation of presentation of the original diploma

Have at least one experience in the field of communication and must have participated in a mission to develop a communication strategy document for a public/private institution

Profile of the second expert: GCE A-level + 5 years of higher studies (BAC+5), certified highest certificate, signed and dated CV, attestation of presentation of the original diploma

Have at least one experience in the field of marketing and must have participated in a mission to develop a communication strategy document for a public/private institution

- Qualifications for the mission (CV, and copies of certificates, previous experience, etc.) of the mission team;
- Methodology and understanding of the assignment.

7. EVALUATION CRITERIA OF THE TECHNICAL FILE

Evaluation criteria	Breakdown of points	Points	
		Number	Sub-total
GENERAL PRESENTATION	Format:	1.5 points	05 points
	Respect of the order of documents	1.5 points	
	Separator sheets	2 points	
TECHNICAL REFERENCES OF THE CONSULTANCY FIRM	Experience in similar missions (developing or updating communication strategy (signed service report with first and last pages of contracts or missions carried out)	10 points	30 points
	Experience in social media management strategy development missions (signed service report with first and last pages of contracts or missions carried out)	10 points	
	Experience in online visibility development missions for certain institutions (signed service report with first and last pages of contracts or missions carried out)	10 points	
STAFF QUALIFICATIONS AND SKILLS	Profile of the head of mission GCE A-level + 5 years of higher studies (BAC+5), certified highest certificate, signed and dated CV, attestation of presentation of the original certificate	5 points	20 points
	Experience in similar missions for the development or updating of communication strategies	5 points	
	Experience in social media management strategy development missions	5 points	
	Experience in web reputation development missions for certain institutions	5pts	
	Profile of the first expert: GCE A-level + 5 years of higher studies (BAC+5), certified highest certificate, signed and dated CV, attestation of presentation of the original diploma	4 points	20 points
	Have at least one experience in the field of communication and must have participated in a mission to develop a communication strategy document for a public/private institution	6 points	
	Profile of the second expert: GCE A-level + 5 years of higher studies (BAC+5), certified highest certificate, signed and dated CV, attestation of presentation of the original diploma	4 points	
	Have at least one experience in the field of marketing and must have participated in a mission to develop a	6 points	

	communication strategy document for a public/private institution		
METHODOLOGY AND PLANNING FOR THE PERFORMANCE OF SERVICES AND OBSERVATIONS ON THE TERMS OF REFERENCE OF THE MISSION	Intervention methodology: *Good (12 pts) *Average (08 pts) * Poor (05 pts)	12 points	25 points
	Performance planning in compliance with the methodology *Good (04 pts) *Average (2 pts) *Poor (01 pts)	4 points	
	-Observations on the terms of reference *Three (09 pts) *Two (06 pts) *One (03 points) (at least 3 observations)	9 points	
Total			100 points

Only technical offers which have obtained a score of 80 points/100 or more will be short-listed for participation in the Restricted National Call for Tenders.

8. DURATION OF THE ASSIGNMENT

On the basis of the proposed and validated methodology, the consultant shall be required to submit a precise timeframe for the performance of the services, the maximum duration of which is set at ninety (90) days (03 months) from the date of signature of the contract, including deadlines for submitting final documents.

9. FUNDING

The services covered by this Call for expression of interest will be financed by the budget of the Special Council Support Fund for Mutual Assistance for the 2025 fiscal year.

10. INFORMATION TO INCLUDE

Five (05) copies of the expression of interest files placed in a sealed envelope in French or English must reach the address below, no later than ~~12.8 MARS 2025~~ **07 MARS 2025** at 10:00 a.m. with the following indication:

“Call for expression of interest No. ~~004~~..... /ASMI/FEICOM/DG/2025 OF ~~07 MARS 2025~~..... FOR THE RECRUITMENT OF A CONSULTANCY FIRM TO UPDATE FEICOM’S COMMUNICATION SUB-STRATEGY FOR THE 2025 FINANCIAL YEAR

11- ADDRESS FOR SUBMITTING APPLICATIONS AND FOR OBTAINING FURTHER INFORMATION

FEICOM HEAD OFFICE

Service of Contracts and Supplies, Room 11, Extension 217, Former site of FEICOM's Head Office
Mimboman neighbourhood, P. O. Box 718 Yaounde, FEICOM Street 4.561, Mimboman Yaoundé IV
Cameroon

Tel (237) 222 23 51 64- Fax (237) 222 23 17 59.

C.c.:

- MINMAP;
- ARMP (for publishing and archiving);
- NOTICE BOARD (for information);
- Files/Archives.

Done at Yaoundé on 07 MARS 2025

The General Manager,

