



CAHIER DES CHARGES TECHNIQUES – TERMES DE REFERENCE

“PROPARCO” groupe AFD
151 Rue Saint-Honoré, 75001 PARIS,

Objet :
Appui technique dans le domaine du marketing
au sein de la division Communication,
marketing et Partenariats (CMP) de Proparco

SOMMAIRE

1.	INTRODUCTION À PROPARCO ET PRÉSENTATION DU CONTEXTE DE LA MISSION	
2.	OBJECTIFS DE LA MISSION	3
3.	LIVRABLES ATTENDUS	4
4.	DUREE ET CALENDRIER DE LA PRESTATION	4
5.	SUIVI ET PILOTAGE DE LA PRESTATION	4
6.	CONFIDENTIALITE	4
7.	QUALITE	5
8.	PROFIL RECHERCHE	5
9.	CONTACT ET INFORMATION	5

1. Introduction à Proparco et présentation du contexte de la mission

PROPARCO est l'institution française de financement du développement. PROPARCO finance et accompagne les entreprises et les institutions financières afin de favoriser les investissements privés dans les pays émergents et en développement en faveur d'un monde plus durable et plus juste. Elle appartient au groupe AFD (Agence française de développement).

Ses interventions visent à renforcer la contribution des acteurs privés à la réalisation des Objectifs de développement durable (ODD), adoptés par la communauté internationale en 2015. Dans ce but, Proparco finance des sociétés dont l'activité participe à la création d'emplois et de revenus décents, à la fourniture de biens et de services essentiels, ainsi qu'à la lutte contre le changement climatique. Elles participent à la construction d'une croissance économique durable et à la réduction de la pauvreté.

Son action se concentre sur les secteurs clés du développement : les infrastructures avec un focus sur les énergies renouvelables, l'agro-industrie, les institutions financières, la santé, l'éducation...

En savoir plus sur Proparco > proparco.fr

Cette mission se déroulera au sein de la division de la communication, marketing et partenariats de Proparco (CMP). La division CMP est garante de l'image et de la réputation de Proparco en interne comme en externe. Elle rassemble l'ensemble des métiers de la communication : éditorial, événementiel, relations presse, réseaux sociaux, communication interne, communication sensible... La division est organisée en deux pôles : **récit** et **expérience**.

Le pôle **récit** rassemble réunit les métiers de l'éditorial, des réseaux sociaux et des relations avec la presse et de la communication en lien avec les projets UE.

Le pôle **expérience** – dans lequel le chargé de marketing interviendra - rassemble quant à lui les métiers du marketing, de l'événementiel et de la communication interne. Les missions de ce pôle sont notamment :

- analyse des marchés des Directions régionales de Proparco
- pilotage marketing
- veille marketing (outils, formats ...)
- cohérence et architecture des marques de Proparco
- formations au marketing des équipes
- pilotage événementiel et production événementielle
- veille événementielle & recommandation DG
- clubs Proparco
- événements internes
- production éditoriale interne

L'année 2026 est marquée par une priorité donnée au marketing et donc d'un accroissement des demandes liées à ce domaine. Dans le contexte la division CMP a besoin d'un appui marketing notamment pour : remettre à plat les outils marketing de Proparco et réaliser un audit de l'existant et formaliser une architecture de marques en lien étroit avec l'ensemble de l'équipe CMP et sous le pilotage de la responsable de CMP. Le chargé de marketing réalisera également un benchmark des homologues / concurrents et donnera des inputs sur les pratiques marketing et plus spécifiquement en marketing digital. Il pourra être amené à réaliser des formations pour les équipes. Il réalisera des outils marketing et des toolkits au service des équipes en charge du business. Il aura également dans son scope le travail de formalisation de l'offre mobilisation.

2. Objectifs de la mission

En 2026, le marketing est l'une des priorités stratégiques de la division Communication, Marketing et Partenariats de PROPARCO. Afin de poser les bases d'une approche marketing efficace et accompagner les équipes de PROPARCO, CMP recherche un chargé de marketing pour appuyer la division pour une durée de 12 mois pour :

VEILLE / INSPIRATION

- Réaliser des benchmarks de nos homologues et concurrents afin de relever les « best practices », les forces / faiblesses en termes de marketing produits / image de marque...
- Identifier et proposer des leviers marketing efficaces et ayant cours permettant de renouveler notre approche : IA, nouveaux outils, SEO, stratégie de mailings, pushes clients...
- Identifier des outils marketing intéressants utilisables par l'équipe CMP : par ex comment utiliser efficacement Whatsapp avec les clients, comment optimiser les retours satisfaction clients...
- Nourrir la réflexion de l'équipe CMP avec des approches marketing se traduisant en approches de communication : « les coups marketing »

ACCOMPAGNEMENT / FORMATION

- Accompagner les équipes business dans la réalisation d'outils de prospection et réaliser de toolkits pour favoriser l'autonomisation des équipes
- Proposer une série de toolkits sur les B.A. BA du marketing : créer une approche marketing pour les chargés d'affaires
- Suivre et conseiller les équipes en matière de pitch commercial

CONCEPTION / STRATEGIE

- Structurer une approche marketing sur les formations proposées par PROPARCO à ses clients et plan de marketing / communication associé
- Participer au projet de création d'une communauté de clients PROPARCO pour proposer une expérience client unique
- Participation à la task force sur le prochain sommet Afrique-France « Africa Forward » et à la mise en valeur de la marque « Choose Africa » - mai 2026
- Participation à la réflexion sur l'approche client pour les 50 ans de PROPARCO (2027)
- Participation à la réflexion sur la formalisation de l'offre mobilisation des financeurs privés

Il est important de noter que le chargé de marketing travaillera au sein de la division communication, marketing et partenariats (CMP). Il est plus précisément rattaché à l'équipe « expérience » rassemblant les métiers de l'événementiel, le marketing et la communication interne. Il est donc indispensable que le chargé de marketing soit « sensible » aux questions de communication et à la manière de faire le pont entre les deux matières que sont le marketing et la communication.

Le chargé de marketing ne sera pas en charge de réaliser un travail de communication éditoriale mais doit néanmoins avoir de très bonnes capacités rédactionnelles. Le chargé de marketing est attendu sur sa capacité à « vulgariser » les enjeux marketing et les rendre tangibles pour les chargés de communication afin de stimuler leur créativité et orienter leur travail.

3. Livrables attendus

La liste des livrables ci-dessous n'est pas exhaustive : une partie de ces livrables/des outils à développer seront identifiés grâce au travail du/de la consultant(e).

Un calendrier des principales échéances sera bâti avec le/la consultant(e) lors du lancement de la prestation.

- réalisation de benchmarks de nos homologues et concurrents afin de relever les « best practices », les forces / faiblesses...
- identification et recommandation des leviers marketing efficaces et ayant cours permettant de renouveler notre approche : IA, nouveaux outils, SEO, mailing...
- identification des outils marketing intéressants utilisables par l'équipe CMP : par exemple comment utiliser Whatsapp avec les clients
- réalisation d'outils de prospection
- réalisation de toolkits pour favoriser l'autonomisation des équipes
- suivi et conseil des équipes en matière de pitch commercial
- structuration d'une approche marketing portant sur les formations proposées par PROPARCO à ses clients
- participation au projet de création d'une communauté de clients PROPARCO
- Participation à la task force sur le prochain sommet Afrique-France « Africa Forward » et à la mise en valeur de la marque « Choose Africa » - mai 2026
- participation à la réflexion sur l'approche client pour les 50 ans de PROPARCO (2027)
- participation à la réflexion sur la formalisation de l'offre mobilisation des financeurs privés
- ...

4. Durée et calendrier de la prestation

La mission est estimée à 210 jours sur 12 mois. En temps normal, il est attendu que l'appui chargé de mission marketing travail à temps plein sur des semaines complètes de 5 jours. Toute modification de cette organisation doit être discutée avec la responsable de la division. Du télétravail est possible après un temps d'adaptation, dans la limite de 2 jours par semaine et en accord avec le manager de la division CMP.

5. Suivi et pilotage de la prestation

Le/la consultant(e) aura pour interlocuteurs privilégiés

- Anne Barthélemy, responsable de la division CMP

6. Confidentialité

Toute information concernant Proparco, incluse dans ce document ou fournie séparément doit être traitée de façon strictement confidentielle par le prestataire. Ce dernier accepte de ne divulguer ou publier aucune information relative à cette mission.

De la même façon, tout document fourni par le prestataire sera considéré comme confidentiel.

7. Qualité

Le prestataire s'engage sur la qualité des services livrés. A cet effet, il est précisé que cela constitue un élément essentiel à l'exécution du contrat. Tous les livrables devront au minimum se conformer au niveau des exigences de Proparco.

Proparco sera particulièrement attentive au respect des délais, au professionnalisme et à la pertinence et la qualité des livrables.

8. Profil recherché

Formation

- Vous êtes diplômé d'une école de commerce / études supérieures avec une spécialisation en marketing

Expérience

- Vous disposez d'un minimum de 5 ans d'expériences en marketing
- Expériences précédentes de chargé de marketing au sein d'institutions financières, fonds d'investissement ou encore DFI est un plus.
- Il est attendu du chargé de marketing qu'il ait une bonne connaissance de l'écosystème dans lequel s'inscrit PROPARCO et son action.
- Une expérience à l'international est préférable et notamment sur le continent africain
- Vous avez une bonne compréhension et un intérêt pour les enjeux internationaux et géopolitiques
- Vous vous intéressez au secteur privé dans les pays en voie développement, les sujets de coopération internationale et de développement durable.

Compétences

- **Créativité** : dans un environnement contraint et concurrentielle, il est essentiel d'être créatif afin de permettre à PROPARCO de se démarquer.
- **très bonne capacité d'analyse et de synthèse** : dans ce poste, il est important de capter les tendances des marchés, les grands enjeux et savoir les synthétiser clairement.
- **Organisation** : vous travaillerez avec des équipes différentes, sur des sujets différents, cela nécessite une très bonne capacité d'organisation
- **Autonomie** : le chargé de marketing devra être autonome dans ses missions tout en jouant pleinement son rôle au sein de l'équipe CMP.
- **Solides qualités rédactionnelles et de présentation** (orale et écrite)
- **Compétences relationnelles** : le poste nécessite d'être en contact avec de nombreux interlocuteurs dans différentes équipes.
- **Parfaite maîtrise des outils bureautiques et très bonne connaissance des enjeux de marketing digital**, les outils et les techniques.

Langue

- un niveau d'anglais opérationnel est requis.

9. Contact et informations

Prescripteur technique : Anne Barthélemy, responsable de la communication et du marketing de PROPARCO

Poste basé au siège de PROPARCO (Palais Royal Musée du Louvre) où le/la prestataire aura un poste de travail, avec possibilité de télétravail. Une à deux missions/an pourraient être réalisées dans un des pays d'intervention de PROPARCO et/ou en France ou/et en Belgique. Ces missions n'engendrent pas de frais à la charge du soumissionnaire. La date de démarrage de la prestation est estimée courant mars 2026.