



18 Rue Loulou, Fann-Hock Dakar, Sénégal
contact@ongraes.org
+221 33 842 65 15

Termes de référence

Recrutement d'une agence créative pour le projet Bruits de Tambours

Fatou-Maty Diouf
Responsable communication et capitalisation
fatou-maty@ongraes.org

SOMMAIRE

CONTEXTE & JUSTIFICATION	2
BRUITS DE TAMBOURS - LE PROJET	3
OBJECTIF DE LA PRESTATION	5
CONTENU DE LA PRESTATION	6
LIVRABLES	10
PROFIL DU PRESTATAIRE	11
CALENDRIER	12
SOUMISSION DES OFFRES	13

1. CONTEXTE & JUSTIFICATION

A propos de nous

Créée en 2004, RAES est une ONG sénégalaise qui travaille avec les populations d'Afrique francophone pour mieux faire face aux grands enjeux sociaux du continent.

Afin que chacun puisse s'informer, se mobiliser et agir sur l'avenir, individuellement et collectivement, RAES développe deux grands types d'activités :

- Des activités de conception et production média (télévision, radio, presse et édition, web et téléphonie mobile) ;
- Des activités communautaires (appui aux acteurs de terrain, animation communautaire et mobilisation sociale).

RAES travaillent sur deux thématiques :

- La santé (accès à la santé, droits et santé sexuels et reproductifs, nutrition, lutte contre stigmatisation des usagers de drogues et le plaidoyer pour la mise en place pour encourager à de politiques moins répressives).
- La gouvernance et la citoyenneté (focus sur les jeunes et les femmes, afin de les encourager à participer activement à la vie citoyenne, dans le but de promouvoir une démocratie participative et inclusive).

Divertissement et changement social : une nouvelle approche pour sensibiliser les populations

RAES coproduit des séries télévisées et des feuilletons radiophoniques basés sur la méthodologie de l'éducation par le divertissement.

Pour réaliser nos intrigues, nous nous inspirons du réel et de la recherche (focus group, recherche formative, enquêtes...) pour écrire et proposer des histoires réalistes, au plus près du quotidien et

des préoccupations des populations auprès desquelles nous diffusons nos séries. Ces messages issus de la recherche sont transmis aux équipes d'écriture (auteur·e·s, scénaristes, etc.) qui incorporent dans leurs scénarios et dans le profil des personnages, ces remontées du terrain.

Ainsi les personnages et leurs parcours intègrent une juste dose d'informations, subtilement glissée dans les scénarios, dans le but d'améliorer les connaissances et nourrir les opinions des auditeur·rice·s et téléspectateur·rice·s, dans le but final de mettre en débat des sujets sociétaux et de permettre à chacun·e de faire des choix éclairés.

L'éducation par le divertissement pour le changement de comportement

Le placement stratégique de messages éducatifs dans les séries a pour objectif de renforcer les connaissances, de nourrir de faits scientifiquement corrects et complets les opinions des individus et des communautés, afin de créer un environnement propice à la circulation d'idées et aux débats. Les personnages de nos séries, eux·elles aussi, luttent pour améliorer leur condition et agir positivement sur leurs environnements.

Grâce à l'éducation par le divertissement et au storytelling, pas de slogans pesants, pas de sermons, mais des histoires et des parcours de femmes, d'hommes ordinaires qui donnent à réfléchir et des personnages qui entraînent les auditeur·rice·s dans leur sillage. Le temps long d'une série permet de donner à voir plusieurs facettes d'une même réalité et de mettre en scène des points de vue différents.

Autour des productions audiovisuelles (série TV/feuilleton radio), RAES développe des outils et met en place des dispositifs d'appropriation communautaires (exemple : supports pédagogiques imprimés pour l'animation d'activités de terrain, guides de discussions, réalisation d'évènements mobilisateurs, développement de communautés en ligne et animation de communautés digitales pour poursuivre les dialogues...).

Ces outils visent à aller au-delà de la série et des informations et des messages qu'elle contient pour faire le lien entre la fiction et les situations réelles, vécues par les populations. Sur le long terme, l'ambition des productions audiovisuelles et des outils déployés est d'agir sur les représentations et d'accompagner les changements de comportements, à l'échelle individuelle et collective.

2. BRUITS DE TAMBOURS - LE PROJET

Bruits de Tambours est un projet lancé en 2017 et cofinancé par l'Agence Française de Développement. Projet de communication pour le développement et d'éducation par le divertissement, *Bruits de Tambours* a pour objectif d'interroger l'absence des femmes et des jeunes des cercles décisionnels (publics, politiques, syndicaux et communautaires) afin de les encourager à la participation citoyenne et politique. Le projet *Bruits de Tambours* se compose de trois volets :

- Une action de terrain pour le développement de modes de gouvernance inclusifs et participatifs, développée à Saint-Louis (Sénégal)
- La production puis la diffusion de deux séries originales pour la télévision et la radio, traitant de la participation citoyenne, l'égalité femme-homme et de la bonne gouvernance
- La campagne digitale *#MaVoixCompte* afin d'engager un débat d'idée dématérialisé sur la participation citoyenne et politique des femmes et des jeunes.

Les séries WARA et DIANKE

Les intrigues de Wara et Dianké sont construites autour de sujets tels que la participation citoyenne et politique, la bonne gouvernance et l'égalité entre les femmes et les hommes. Wara (TV) et Dianke (radio) parlent de démocratie africaine, des sociétés et des différentes classes populaires. Sur fond d'élection locale, l'action des deux productions s'articule autour de plusieurs personnages qui représentent l'opposition entre une gouvernance dite « chefferiale » (corruption sous tous ses angles, réseaux d'influence, vision verticale du pouvoir), et d'autre part une gouvernance dite « démocratique » qui incarne une société ouverte (vision horizontale selon laquelle le pouvoir associe les citoyen·ne·s à la chose publique).

Les productions souhaitent encourager les téléspectateur·rice·s et auditeur·rice·s à faire valoir leurs droits de citoyen·ne·s et à participer à la vie publique. Outre le thème transversal de la participation citoyenne, les thèmes abordés couvrent :

- la citoyenneté
- la corruption
- l'accès à l'information
- la redevabilité
- la représentativité (cf. parité)
- l'égalité femme-homme

- le dialogue intergénérationnel
- le leadership et la participation politique des femmes, des jeunes et des populations marginalisées
- les notions d'État de droit et de justice

Note : Wara et Dianke sont deux créations originales, reposant sur des intrigues et des personnages qui leur sont propres.

La campagne digitale #MaVoixCompte ou la citoyenneté à l'ère numérique

#MaVoixCompte (MVC) est le versant digital de la campagne de communication *Bruits de Tambours*. Développée sur le web via les différentes plateformes de partage d'information et d'échange, MVC a pour objectif de :

- faire la promotion des productions Wara et Dianké et des messages socio éducatifs qui y sont véhiculés
- donner la parole aux femmes et jeunes du Sénégal.

Outre la promotion des séries du projet *Bruits de Tambours*, MVC a pour objectif d'engager les internautes et inciter aux débats d'idées sur la place des femmes et des jeunes dans la vie citoyenne et politique. MVC s'attachera à questionner les stéréotypes, discriminations, et obstacles, entravant la participation de ces deux catégories de population à la gouvernance de leurs communautés et pays, tous chaînons décisionnels confondus (communautaire, syndical, associatif, politique).

Les thèmes et messages socio éducatifs véhiculés par les productions audiovisuelles ont vocation à être mis en exergue dans le cadre de cette campagne digitale ciblant avant tout à un public jeune, friand de contenus ludiques et informatifs.

NB: L'agence recrutée oeuvrera au développement de la campagne digitale #MaVoixCompte, la conception/production des éléments de campagne et la planification de leur diffusion

3. OBJECTIF DE LA PRESTATION

Pour son projet *Bruits de Tambours*, dont les éléments centraux sont les deux productions audiovisuelles Wara et Dianké, le RAES est à la recherche d'une agence créative pour l'appuyer dans la conception et la réalisation d'éléments de communication multimédia au fil de l'année 2020 à travers la signature d'un accord-cadre.

Pour chaque Lot, le prestataire retenu produira les livrables sur commande suivant le calendrier de réalisation. Compte tenu de la complexité des services demandés et de la durée du contrat, un devis détaillé sera demandé pour chaque livrable, lequel devis sera discuté et validé avant confirmation de la commande.

4. CONTENU DE LA PRESTATION

Les prestations recherchées dans le cadre du présent appel d'offre se répartissent en trois lots distincts. Parmi ceux-là :

LOT I. Création d'une identité visuelle et d'une charte graphique pour le projet *Bruits de Tambours* et la campagne digitale *#MaVoixCompte*

- 1 charte graphique et éditoriale : créer et décliner une identité de marque pour le projet *Bruits de Tambours*
- 1 charte graphique et éditoriale : créer et décliner une identité de marque pour la campagne de communication digitale *#MaVoixCompte* , partie intégrante du projet *Bruits de Tambours*

LOT II. Web et communautés digitales

a. La conception, le suivi de réalisation et le développement d'un site pour le projet *Bruits de Tambours*:

- 1 site web « user centré », dédié au projet *Bruits de Tambours*

Exemples de contenus à diffuser dans ce site :

- hébergement des épisodes tv et radio (à termes)

- hébergement des contenus additionnels des deux productions (capsules et vidéos promotionnels, sensibilisation)
- présentation du projet, thématiques, hébergement des ressources (glossaire, guide de communication, activités communautaires, guides discussions pour les partenaires de terrain ...)

b. Une recommandation stratégique pour le web et un accompagnement du community manager (interne au RAES)

La réalisation d'une étude incluant des recommandations pour le projet *Bruits de Tambours* et sa campagne digitale *#MaVoixCompte* :

- 1 document de positionnement stratégique (sur quels réseaux doit-on être présent, lignes éditoriales et contenus : ton, fréquences des publications, établissement de campagnes de recrutement sur les différents réseaux, stratégie de lancement de la campagne *#MaVoixCompte* ...)
- 1 analyse des communautés en ligne (groupes, influenceur*se*s, tendances web, sujets...) , une stratégie de lancement et de mobilisation pour les engager durablement au Sénégal sur les thématiques traitées le temps de la campagne

LOT III. Productions audiovisuelles et contenus additionnels

> Livrables attendus sur le volet productions de contenus exclusifs

- 20 vidéos promotionnelles autour des séries, des acteur*rice*s ou de leurs personnages
- 10 contenus audiovisuels à vocation de sensibilisation et d'information sur les thématiques du projet (éclairages d'expert*e*s, débats d'idées, micro trottoir, plateaux-débats...), vidéo ou podcast
- 10 vidéos web natives sur les thématiques du projet (type portraits de citoyen*ne*s/témoignages de citoyen*ne*s engagé*e*s, reportages)

Diffusion des séries, champs de la consultation et canaux de diffusion des livrables produits

- *Diffusion des séries*

La série TV sera diffusée sur les antennes d'une chaîne francophone internationale à partir de la rentrée 2020 (septembre). En contrat d'exclusivité avec la chaîne (d'une durée de deux ans), les épisodes ne seront pas mis à disposition de l'agence et ne seront pas diffusés sur nos plateformes. La série TV a été tournée à Saint Louis au Sénégal.

Le feuilleton radio sera diffusé sur les antennes de RFI Afrique à l'été 2020, puis sur un grand nombre de radios communautaires d'Afrique de l'Ouest, en wolof, haoussa, mandingue et fulfulde. Les podcasts du feuilleton seront disponibles à la rentrée 2020 (septembre).

- *Champs de la consultation*

Le prestataire sélectionné se verra confier le compte Bruits de Tambours pour l'année 2020 afin de réaliser une partie des supports de communication dont le projet pourrait avoir besoin.

En ce sens le champ de la consultation pourra couvrir aussi (liste non exhaustive) :

- Production de livrables de communication print (conception et mise en page de plaquettes projet, dépliants...)
- Production des supports de promotion en vue de la diffusion de la saison 1 de la série télévisée (audiovisuels/promotionnels, affichage/ affiches, bannières web, kakémonos...)
- Mise en page de supports pédagogiques (posters, expositions, guides de discussions, brochures ...)
- Création d'une newsletter mensuelle (rubriquage, mise en page) ;

Le RAES a produit en interne un certain nombre de contenus qui pourront être utilisés et mis en cohérence avec les nouvelles productions tels que (liste non exhaustive) :

- Recherche formative et documentaire
- Glossaire et définition des thématiques traitées dans la série
- Photographies et rushs sur le tournage de la série télévisée Wara ;
- Photographies et rushs sur le tournage du feuilleton radiophonique Dianke; shooting des acteur*rice*s

- Making of de la série TV (6 min) (angle : motivations et les intentions du projet WARA, au travers des regards artistiques et techniques, en particulier ceux de l'auteur et des réalisateurs)
- Teaser vidéo de la série TV (angle : contenus de teasing, vidéo promotionnelle série TV)
- Capsules interviews (1 angle : métiers de l'audiovisuel et équipe artistique et techniques, 1 angle acteurs et personnages)
- Making of du feuilleton radio (5 min) (angle : Dianké racontée par les équipes artistiques et techniques du projet)

- *Canaux de diffusion*

Les supports de communication grand public pourront être diffusés sur :

- les réseaux sociaux du projet *Bruits de Tambours* (Facebook, Instagram, Youtube)
- sur le site web du projet *Bruits de Tambours*
- lors d'événements promotionnels grand public ou activités de terrain

Les supports de communication institutionnels pourront être diffusés sur :

- les réseaux sociaux de RAES ;
- via mailing ou newsletter aux partenaires du RAES ;
- lors de conférences, sommets, forums régionaux et internationaux.

Mission de l'agence

Le prestataire sélectionné aura pour mission de :

1. être force de proposition sur les supports de communication adéquat pour la promotion des séries ainsi que le projet; la conception et la rédaction de certains supports ;
2. assurer la conception, la production, l'exécution et le développement de supports multimédia ;
3. veiller au respect du planning et du calendrier de la campagne ;
4. être force de proposition auprès des prestataires additionnels pertinents (ex : photographe terrain, motion designer...).

5. LIVRABLES

L'agence sélectionnée obtiendra le compte communicationnel du projet *Bruits de Tambours* pour l'année 2020. Elle devra fournir : **une grille tarifaire indicative**, qui permettra à RAES de faire régulièrement appel à ses services pour la production des différents supports de communication dont l'ONG aura besoin dans le cadre de la campagne digitale *Ma Voix Compte* du projet-chapeau *Bruits de Tambours*.

Il est attendu de la part de l'agence sélectionnée les éléments suivants :

LOT I. Création d'une identité visuelle et d'une charte graphique pour le projet *Bruits de Tambours* et la campagne digitale *#MaVoixCompte*

- 1 charte graphique et éditoriale : créer et décliner une identité de marque pour le projet *Bruits de Tambours*
- 1 charte graphique et éditoriale : créer et décliner une identité de marque pour la campagne de communication digitale *#MaVoixCompte* , partie intégrante du projet *Bruits de Tambours*

LOT II. Web et communautés digitales

a. La conception, le suivi de réalisation et le développement d'un site pour le projet Bruits de Tambours:

- 1 site web vitrine « user centré », dédié au projet *Bruits de Tambours*

Exemples de contenus à diffuser dans ce site :

- présentation du projet, thématiques
- hébergement des épisodes tv et radio (à termes) et des making of
- hébergement des contenus additionnels des deux productions (capsules et vidéos promotionnels, sensibilisation)
- hébergement des ressources (glossaire, guide de communication, activités communautaires, guides discussions pour les partenaires de terrain ...)

b. Une recommandation stratégique pour le web et un accompagnement du community manager (interne au RAES)

La réalisation d'une étude incluant des recommandations pour le projet Bruits de Tambours et la campagne digitale #MaVoixCompte :

- 1 document de positionnement stratégique (sur quels réseaux doit-on être présent, lignes éditoriales pour chaque réseau et contenus : ton, fréquences des publications, stratégie de recrutement sur les différents réseaux, une stratégie de lancement de la campagne #MaVoixCompte ...)
- 1 analyse des communautés en ligne (groupes, influenceur*se*s, tendances web, sujets...) , une stratégie de lancement et de mobilisation pour les engager durablement au Sénégal sur les thématiques traitées le temps de la campagne

LOT III. Productions audiovisuelles et contenus additionnels

> Livrables attendus sur le volet productions de contenus exclusifs

- 20 vidéos promotionnelles autour des séries, des acteur*rice*s ou de leurs personnages
- 10 contenus audiovisuels à vocation de sensibilisation et d'information sur les thématiques du projet (éclairages d'expert*e*s, débats d'idées, micro trottoir...), vidéo ou podcast
- 10 vidéos web natives sur les thématiques du projet (type portraits de citoyen*ne*s/témoignages de citoyen*ne*s engagé*e*s)

6. PROFIL DU/DES PRESTATAIRE(ES)

Nous sommes à la recherche d'une/d'agence*s créative*s spécialisée*s en mesure de nous accompagner dans la conception, la réalisation et l'exécution de livrables de communication sur le projet Bruits de Tambours et la campagne digitale MaVoixCompte.

Les agences candidates disposent de tout ou partie des expériences significatives suivantes : accompagnement à la création d'identité de série télévisées/branding (industries culturelles et

créatives), accompagnement de projets de développement (communication pour le développement/C4D), accompagnement à la création de contenus et au storytelling en lien avec les thématiques et sujets traités dans le cadre de la campagne (citoyenneté, gouvernance, genre), analyse ethno-digitale de communautés en ligne.

7. CALENDRIER

La période du contrat pourra courir de la mi-mai au le 31 décembre 2020. Les différentes échéances seront établies selon les livrables définis lors de la réunion de lancement. Une fois sélectionnée et les grands livrables définis, l'agence mandatée devra réaliser un calendrier de mise en oeuvre de la campagne sur 04 mois minimum.

Calendrier

Activités	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre
Lancement de l'AO et publication		clôture au 13 mai					
Dépouillement des candidatures et sélection et contractualisation du/des prestataire-s			18 mai : la ou les agences sont sélectionnées				
Livrables Lot 1				l'identité projet et campagne est validée et prête à être déclinée			

Livrables Lot 2			analyse, conception	installation, développemen	Mise en ligne du site/ En parallèle lancement site web et activation des comptes RS, lancement des campagnes de recrutement	optimisation continue et feedback
Livrables Lot 3			Recommandations stratégiques, propositions de concepts	Production et mise en oeuvre / planification de la diffusion des éléments de campagne		
Lancement de la campagne digitale						Publications et promotion campagne

8. SOUMISSION DES OFFRES

Les soumissionnaires peuvent répondre à 1 ou plusieurs lots, le RAES se réserve la possibilité de sélectionner une, plusieurs agence pour cette prestation. La sélection se fera par lot. Un candidat soumettant pour chacun des 3 trois lots peut ainsi se voir attribuer un, voire l'intégralité des lots à l'issue du processus de sélection.

Les agences intéressées enverront leur offres techniques et financières :

- par mail sur les adresses suivantes : fatou-maty@ongraes.org et contact@ongraes.org avec comme objet du mail: Nom de la structure + Proposition technique pour la communication du projet Bruits de Tambours + une proposition financière. avec en pièces jointes deux fichiers pour chaque lot auquel le candidat soumissionne , en format PDF nommés : Proposition technique Lot (x) + Nom du Candidat et Proposition financière (Lot X) + Nom du candidat. La composition des propositions techniques et financières pour chaque lot est détaillée ci-dessous.

LOT 1

Proposition technique

- Exemples de réalisations similaires
- Une note d'intention / recommandation
- Méthodologie de réalisation
- Calendrier de travail

Offre financière détaillée par poste et honoraire agence

LOT 2

Proposition technique

- Exemples de réalisations similaires
- Une note d'intention / recommandation
- Méthodologie de réalisation
- Calendrier de travail

Offre financière détaillée par poste et honoraire agence

LOT 3

Proposition technique

- Exemples de réalisations similaires
- Une note d'intention / recommandation
- Méthodologie de réalisation
- Calendrier de travail

Offre financière détaillée par poste et honoraire agence

Chaque prestataire devra présenter une offre financière détaillée par lot.

A noter :

- Les dossiers complets doivent être envoyés au plus tard le 1er mai 2020 à 17h.
- Chaque candidat est libre de présenter une offre pour un seul ou plusieurs lots.

Critères de sélection des candidatures pour chaque lot

RAES appliquera une sélection fondée sur la qualité et les coûts avec 60 points pour la proposition technique et 40 points pour la proposition financière

Proposition technique (60 points)

- Expériences de réalisations similaires (10 Points)
- Note d'intention et recommandations (20 points)
- Méthodologie de réalisation (20 Points)
- Calendrier de travail (10 points)

Proposition Financière (40 points)

- Offre financière détaillé par poste

Annexe

- Bibles des séries Wara et Dianké (épisodes, synopsis)
- Note techniques sur la campagne digitale #MaVoixCompte (objectifs et visés des contenus)

Délai

La date limite de soumission d'une candidature au présent appel d'offre est fixée au 13 mai 2020 (18H00 - heure de Dakar). Le (Les) candidat(s) sera(ont) informé(s) de sa(leur) sélection (ou non) à la date du 18 mai 2020. Il est souhaité que la contractualisation avec le ou les candidats retenus puisse se faire immédiatement dans la foulée.