

Recrutement de consultant(e)s pour réaliser des campagnes médiatiques de sensibilisation sur la Bonne gouvernance et les droits et rôles de la femme dans la société congolaise

TERMES DE REFERENCE

I. Contexte et Justification

Diakonia est une ONGI de droit suédois créée en 1966. Elle est implantée en RDC depuis 1999 et intervient dans les domaines de la Démocratie, Droits humains, Justice sociale et économique ainsi que de l'humanitaire. Sa mission consiste à lutter contre la pauvreté en s'attaquant aux structures politiques, économiques, sociaux et culturels injustes. Diakonia travaille avec les personnes les plus vulnérables, les partenaires locaux et les autres acteurs partenaires stratégiques en vue d'assurer la vie dans la dignité pour tout être humain sans discrimination aucune. Avec l'appui de l'**Ambassade de Suède**, Diakonia vient de démarrer le programme de renforcement des capacités de la société civile pour une vie dans la dignité pour tous qui s'axe autour de la démocratie, des droits de l'homme, du genre tous sous-tendus par le renforcement des capacités de la société civile.

Au regard du contexte du pays marqué par la mauvaise gouvernance et la sous-représentativité des femmes et des jeunes dans les instances de prise de décision, ce programme a un volet spécial basé sur les activités culturelles qui vise une sensibilisation efficace devant conduire à l'éveil du peuple congolais ainsi qu'à son engagement pour l'avènement de la bonne gouvernance et la participation politique effective des femmes et des jeunes. Ceci justifie le recrutement d'un(e) consultant(e) appelé(e) à réaliser les activités culturelles sous forme d'une campagne selon les modalités à convenir avec l'ONGI Diakonia.

Ce marché porte sur deux lots. Le premier concerne le volet de la bonne gouvernance pendant que le second volet se réfère aux droits et rôles de la femme dans la société congolaise. La description du marché, ses objectifs, ses résultats attendus ainsi que la méthodologie s'applique autant pour le lot 1 et pour le lot 2.

Le consultant/la consultante peut proposer une offre sur un seul lot. Celui ou celle qui voudra aller sur les deux lots devra démontrer clairement comment les résultats de chaque lot sera atteint.

II. Description du marché

Ce marché porte sur la production des campagnes de sensibilisation sur la bonne gouvernance (Lot 1) ainsi que sur les droits et le rôle de la femme dans la société congolaise (Lot 2).

Il est possible de soumissionner pour un seul lot ou pour deux lots (Lot 1 et lot 2). En cas de soumission pour deux lots, il est nécessaire de fournir un dossier de soumission pour chaque lot en précisant le lot concerné dans les offres techniques et financières.

Objectif du marché

Recruter pour une consultance, un artiste, une association d'artistes, une ONG expérimentée ou une maison de production culturelle, pour élaborer les campagnes de sensibilisation à travers les médias (Radio, télévision, réseaux sociaux) et les productions sur scène. Il s'agira de la production de produits culturels et médiatiques, la production des spectacles, la distribution et le suivi de l'impact pour deux campagnes de sensibilisation de 3 mois.

Objectif spécifique :

- **Lot 1** : Sensibiliser l'opinion publique, les leaders politique et coutumier, les autorités politiques et administratives ainsi que les membres de la société civile sur la bonne gouvernance, le respect des valeurs républicaines, l'Etat de droit, la redevabilité des élus et la lutte contre la corruption.
- **Lot 2** : Sensibiliser l'opinion publique, les leaders politique et coutumier, les autorités politiques et administratives, les membres de la société civile et particulièrement les femmes et les jeunes filles sur les droits et le rôle positif de la femme dans la société congolaise.
- afin de susciter un engagement des femmes et des jeunes femmes pour faire valoir leurs droits et accroître leur représentativité dans les institutions.

Résultats attendus :

- Les consultant(e)s répondant au profil voulu sont recrutés
- Les plans des campagnes de sensibilisation visant la promotion des valeurs républicaine pour le lot 1 et incitant les femmes et les filles à s'engager dans la gestion des affaires publiques pour le lot 2 sont élaborés
- Les objets culturels (Chanson, vidéo clip, podcast, messages, spots, ...) qui porteront les messages de ces campagnes sont élaborés (**Lot 1 et lot 2**),
- Les vidéos, des interviews et des reportages qui illustreront les messages de cette campagne sont produites (**Lot 1 et lot 2**),
- Les divers produits de ces campagnes de sensibilisation sont distribués et diffusés (**Lot 1 et lot 2**) ;
- L'impact de deux campagnes capitalisés (**Lot 1 et lot 2**) ;
- L'impact de ces campagnes est mesuré durant toute la durée des campagnes ainsi que durant une période de 30 jours après la fin des campagnes (**Lot 1 et Lot 2**).

Méthodologie

La méthodologie utilisée pour élaborer la campagne (**Lot 1 et lot 2**) doit inclure :

- Une présentation de la méthodologie utilisée pour réaliser les produits médiatiques, le plan de distribution et de suivi de l'impact (**Lot 1 et lot 2**) ;
- Détailler toutes approches et méthodologie à utiliser tout au long de la campagne en démontrant leurs plus-values (**Lot 1 et lot 2**) ;
- Informer en expliquant clairement à toutes les parties prenantes impliquées dans la réalisation des produits médiatiques et culturels les objectifs de la campagne de sensibilisation (**Lot 1 et lot 2**) ;
- Intégrer l'approche participative et l'approche genre dans la proposition (**Lot 1 et lot 2**).

III. Description des lots :

1. Lot 1 : Campagne sur la bonne gouvernance

Suite aux élections de décembre 2018 et à l'alternance pacifique du pouvoir, le gouvernement congolais s'est engagé dans la promotion de la bonne gouvernance, la transparence, la lutte contre la corruption et la promotion de l'Etat de droit. Diakonia et ses partenaires du programme de renforcement des capacités de la société civile pour une vie dans la dignité pour tous souhaitent accompagner cet élan, qui fait écho à leurs objectifs de promotion de la démocratie, des droits de l'homme, du genre, au travers d'une campagne de sensibilisation diffusée sur les médias radio, télévision nationaux et provinciaux, réseaux sociaux et présentation sur scènes. Cette campagne vise à sensibiliser le grand public ainsi que les preneurs de décisions, les leaders communautaires, les personnalités politiques et les autorités traditionnelles au travers de messages forts promouvant la bonne gouvernance assise sur le respect des valeurs républicaines, l'Etat de droit, la redevabilité des élus et la lutte contre la corruption. Elle doit aussi participer à la création d'un environnement favorable à un dialogue basé sur la redevabilité entre la population et les autorités locales, administratives et politiques. Cette campagne doit permettre de sensibiliser un large public aussi bien dans les zones urbaines que rurales.

Description de la campagne bonne gouvernance (lot 1) :

- ❖ Il s'agit d'une campagne de sensibilisation qui inclue des produits culturels (chanson, vidéo clip, pièce théâtrale, spots) et des produits médiatiques (des interviews, des reportages) ;
- ❖ Cette campagne doit promouvoir la bonne gouvernance, le respect de l'Etat de droit, la redevabilité des élus et la lutte contre la corruption ;
- ❖ Cette campagne de sensibilisation doit être diffusée à travers les médias radio, télévision, réseaux sociaux, production sur scène au niveau national et provincial;
- ❖ Cette campagne de sensibilisation doit se dérouler du **1er mai au 30 juillet 2019** ;

- ❖ Les produits culturels proposés doivent être inédits et/ou originaux ;
- ❖ Les produits médiatiques doivent contenir des reportages ou des interviews réalisés dans au moins 4 de six provinces suivantes : Kongo central, Kwilu, Maindombe, Kasai Central, Lualaba et ville province de Kinshasa ; en 4 langues nationales et en Français
- ❖ Les produits culturels et médiatiques doivent contenir et illustrer les messages identifiés en collaboration avec les partenaires de Diakonia et validés par ce dernier;
- ❖ Une évaluation de l'impact de cette campagne sera menée durant toute la durée de la campagne et sur une période de 1 mois après la fin de la campagne ;
- ❖ Un rapport d'évaluation de la campagne rendu à Diakonia dans les 45 jours suivant la fin de la campagne ;
- ❖ Un rapport narratif et un rapport financier sur la conduite de la campagne de sensibilisation rendus dans les 45 jours suivant la fin de la campagne.

2. Lot 2 : Campagne sur les droits et le rôle positif de la femme congolaise

La population congolaise est composée de 52% des femmes pendant qu'elles ne représentent que 10% dans les sphères de prise de décision. En milieu urbain et rural, la femme et la jeune fille continuent à être la cible de campagnes de stigmatisation. Or le développement durable ne peut s'installer sans l'implication des femmes. De même, un développement harmonieux ne peut prendre place sans la reconnaissance des droits des femmes et de leur rôle positif dans la société, mais en valorisant leur participation dans la gestion des affaires publiques.

Fort de ces constats, Diakonia et ses partenaires du programme de renforcement des capacités de la société civile pour une vie dans la dignité pour tous, souhaitent promouvoir les droits des femmes et leur rôle positif dans la société au travers d'une campagne de sensibilisation diffusée sur les réseaux sociaux, les médias, les présentations théâtrales.

Cette campagne permettra l'émergence d'une prise de conscience forte des droits des femmes et de leur rôle positif dans la société congolaise et ainsi susciter l'intérêt des jeunes femmes pour la gestion des affaires publiques et accroître leur représentativité dans les institutions.

Description de la campagne genre (lot 2) :

- ❖ Il s'agit d'une campagne de sensibilisation qui inclue des produits culturels (chanson, vidéo clip, pod cast, pièce théâtrale, spots), des produits médiatiques (des interviews, des reportages) et des présentations sur scènes;
- ❖ Cette campagne de sensibilisation doit être diffusée à travers les médias radio, télévision, réseaux sociaux, production sur scène au niveau national et provincial;
- ❖ Création et gestion de comptes spécifiques sur les réseaux sociaux facebook, youtube, whatsapp, instagram et twitter, ainsi que la création et gestion d'une communauté de followers ;
- ❖ Les produits culturels proposés doivent être inédits et/ou originaux ;

- ❖ Les produits médiatiques doivent contenir des reportages ou des interviews réalisés dans au moins 4 de six provinces suivantes : Kongo central, Kwilu, Maindombe, Kasai Central, Lualaba et ville province de Kinshasa ; en 4 langues nationales et en Français
- ❖ Cette campagne doit promouvoir les droits et le rôle positif de la femme dans la société congolaise afin de l'inciter à s'investir dans la gestion des affaires publiques ;
- ❖ Cette campagne de sensibilisation doit être dans les 4 langues nationales congolaises et en français ;
- ❖ Cette campagne de sensibilisation doit se dérouler du **1er mai au 30 juillet 2019** ;
- ❖ Une évaluation de l'impact de cette campagne sera menée durant toute la durée de la campagne et sur une période de 1 mois après la fin de la campagne ;
- ❖ Un rapport d'évaluation de la campagne sera rendu à Diakonia dans les 45 jours suivant la fin de la campagne ;
- ❖ Un rapport narratif et un rapport financier sur la conduite de la campagne de sensibilisation seront rendus dans les 45 jours suivant la fin de la campagne.

IV. Documents à produire

Proposition technique lot 1 et lot 2 :

Les propositions technique devront renseigner les éléments suivants : le lot ciblé (**Lot 1 ou lot 2**), la connaissance de contexte, la bonne compréhension des TdRs du lot (**Lot 1 ou lot 2**), l'expérience du/de la consultant(e) partenaire dans les missions antérieures similaires, le plan de travail, la méthodologie et l'organisation de la mission de la consultation, le descriptif des produits culturels et médiatiques, le plan de diffusion, le plan et les outils de suivi d'impact, une indication sur le personnel à utiliser et leur qualification par rapport au travail demandé et les personnes cibles.

Les propositions techniques doivent contenir les produits suivants :

- Le plan de travail devra ressortir un calendrier mensuel détaillant la production et réalisation, la diffusion et le suivi de distribution et d'impact des produits culturels et médiatiques de la campagne de sensibilisation ;
- Des scénarii des produits culturels (podcast, spots, messages) portant les messages clefs de la campagne ;
- Des scénarii des produits médiatiques (Interviews, reportages) portant et illustrant les messages clefs de la campagne réalisés dans plusieurs provinces ;
- Un plan de communication et diffusion sur les réseaux sociaux ;
- Un plan de suivi et les outils utilisés pour mesurer l'impact de cette campagne ;

Offre financière lot 1 et lot 2

La proposition financière (dans une enveloppe séparée) devra quant à elle préciser les coûts nécessaires à encourir pour la réalisation dudit travail. Elle doit renseigner sur la hauteur des frais de transport local, d'hébergement lors des missions de terrain si applicable, de communication,

des frais de transport, les perdiem et les honoraires. Le/la consultant(e) est tenu(e) de justifier les frais relatifs aux frais de transport (Billet d'avion), à l'hébergement, au transport local, à la diffusion, à la communication et les dépenses éventuelles de la tenue d'ateliers/réunions tout au long de sa mission. Les honoraires ne sont pas justifiables. Les offres financières doivent inclure :

- Les coûts de production de chaque produit culturel ainsi que le coût de production de chaque produit médiatique ;
- Les frais de distribution détaillés pour chaque média ;
- Les coûts de soutien ;
- Les taxes et impôts ;
- Un calendrier prévisionnel des dépenses.

V. Etendue et Durée d'exécution de l'action

- ❖ Cette campagne de sensibilisation doit se dérouler du **1er mai au 30 juillet 2019**
- ❖ L'évaluation de l'impact de cette campagne sera menée durant toute la durée de la campagne et sur une période de 1 mois après la fin de la campagne ;
- ❖ Le rapport d'évaluation de la campagne sera rendu à Diakonia dans les **45 jours suivant la fin de la campagne** ;
- ❖ Un rapport narratif et un rapport financier sur la conduite de la campagne de sensibilisation seront rendus dans les **45 jours suivant la fin de la campagne**.

VI. Profil du Consultant

Le (la) Consultant(e) doit être un/une artiste, une association d'artistes, une ONG ou une maison de production, il devra avoir :

- Une bonne connaissance du contexte national
- Une bonne connaissance des thématiques de sensibilisation : Bonne gouvernance et Genre
- une expertise avérée dans :
 - la production de produits culturels et médiatiques ;
 - la production, distribution et suivi de campagnes de sensibilisation ;
 - la conduite d'activités similaires pour des ONG ou organisations internationales ;
 - la communication sociale
- une expérience de collaboration avec la société civile congolaise ;
- une maîtrise de la langue française. La connaissance de 4 langues nationales est un atout ;

VII. Dossier de soumission

Le dossier de soumission devra comprendre l'enveloppe de la proposition technique séparée de celle de la proposition technique.

L'enveloppe de l'offre technique doit contenir :

- Une lettre de soumission indiquant la motivation de la soumission
- Un formulaire de soumission selon le modèle attaché
- Une déclaration d'exclusivité et de disponibilité des experts selon le modèle attaché
- Un CV institutionnel signé incluant les expériences acquises sur au moins 3 projets similaires
- Au moins 3 références
- Les documents administratifs de reconnaissance légale de la structure.
- Le document d'affiliation à l'impôt (NIF)
- La liste du personnel du (de la) consultant/consultante qui exécutera la mission ainsi que leurs CV ;
- la proposition technique proprement dite

L'enveloppe de l'offre financière doit contenir la proposition financière.

En cas de soumission pour les deux lots, il est demandé de fournir ces documents pour chaque lot (Lot 1 et lot 2).

Pour chaque lot (**Lot 1 ou lot 2**) le consultant / la consultante soumet **séparément en dur et sous pli fermé** une proposition technique assortie d'une proposition financière de l'offre en trois exemplaires dont un original et deux copies.

Si un consultant / une consultante souhaite soumettre pour les deux lots (**Lot 1 et lot 2**), le dossier de chaque lot doit obéir aux exigences requises pour l'offre technique et pour l'offre financière telle que ci-dessus décrites.

VIII. Critères de sélection

Les propositions seront examinées pour chaque lot de façon séparée.

L'évaluation des offres comprendra une évaluation technique (80%) et une évaluation financière (20%) selon la fiche d'évaluation en annexe.

1. L'évaluation technique comprendra une série des critères (pondérés globalement sur 100) et calculés à l'aide des coefficients qui seront définis par le comité d'évaluation. Les critères suivants seront évalués : La capacité professionnelle et technique du/de la candidat(e)
2. L'évaluation financière accordera priorité à l'offre la mieux-disante en termes de meilleur rapport Qualité-Prix.

IX. CONDITIONS DE PARTICIPATION

1. Éligibilité

La participation à ce marché est ouverte à égalité des conditions à toutes les personnes morales ou groupement de ces personnes (consortium) ayant introduit le dossier à l'avis avant le délai indiqué.

X. Calendrier prévisionnel des opérations

- ✓ Date prévue pour la publication du marché : 01 Avril 2019
- ✓ Date limite de soumission : 21 Avril 2019 à 14.00, Kinshasa time
- ✓ Contrat et démarrage de marché : 1er Mai 2019
- ✓ Rapport final d'impact, narratif et financier : 15 Septembre 2019

XI. Modalités d'envoi des candidatures

Les offres doivent être écrites exclusivement en Français et parvenir à **Diakonia** obligatoirement par porteur contre un accusé de réception signé et daté au plus tard le **21 Avril 2019 à 14h00**, heures de Kinshasa. Les offres via DHL sont acceptées.

Il ne sera pas tenu compte des candidatures reçues après la date limite.

Les candidatures doivent être transmises à l'adresse suivante ci-dessous encadrée. Dans ce cas, l'accusé de réception atteste du respect de la date limite de réception des offres.

L'intitulé du marché, le nom du Consultant et ses coordonnées ainsi que la mention « Ne pas ouvrir » doivent figurer lisiblement sur l'enveloppe scellée de la manière suivante :

<p><u>Ne pas ouvrir avant la séance d'ouverture des plis</u></p> <p><u>Noms et coordonnées du (de la) Consultant(e)</u> <u>Intitulé du marché</u></p> <p>A l'attention de : Madame La Représentante Pays Diakonia/RDC Avenue Lukusa 78 Galerie Lukusa local A-3 Kinshasa/Gombe.</p>
--

Les offres doivent être envoyées selon le principe de la double enveloppe, c'est-à-dire dans un colis ou une enveloppe extérieure contenant deux enveloppes distinctes et scellées, portant respectivement les mentions «**Enveloppe A - offre technique**» et «**Enveloppe B - offre financière**».

L'ensemble des parties de l'offre, à l'exception de l'offre financière, doivent être soumises dans l'enveloppe A (à savoir, notamment, le formulaire de soumission, la proposition technique, les déclarations d'exclusivité et de disponibilité des experts, ainsi que les diverses autres déclarations et documents administratifs).

Toute omission à ces dispositions (par exemple, enveloppes non scellées ou mention d'un élément de prix dans l'offre technique) constitue une irrégularité et donne lieu au rejet de l'offre.

Chaque enveloppe doit contenir une liste de son contenu. Les pages des offres technique et financière doivent être numérotées.

