



Termes de Références

Pour la prestation de services d'une Agence de Communication pour la conception des matériels de communication d'une campagne de marketing social tenant à réduire la consommation de la viande sauvage à Brazzaville, en République du Congo.

Type de contrat : Prestation de services

Sous la supervision de : Social Marketing Campaign Manager, WCS - Congo

Date limite pour propositions : 18 Juin 2025

I. DESCRIPTION DU PROJET

Depuis plus de 30 ans, la WCS joue un rôle majeur dans la conservation de la faune et des lieux sauvages en République du Congo, où elle a contribué à la création de 3 des 5 parcs nationaux. La WCS collabore étroitement avec le gouvernement, les acteurs nationaux et les communautés locales pour protéger les riches écosystèmes du Congo.

La viande sauvage est une composante essentielle de la sécurité alimentaire étant une source importante de protéines animales pour les habitants des pays d'Afrique centrale ainsi qu'une source importante de revenus. Cependant, la forte consommation de viande sauvage dans les villes a des conséquences sur la durabilité de la faune sauvage. C'est à ce titre que le projet de gestion durable de la faune sauvage, Sustainable Wildlife Management - SWM", en anglais (UE 2023-2026) travaille en synergie pour achever l'objectif général d'une gestion durable de la faune sauvage. En ce qui concerne le volet consommation durable, le projet vise à diminuer la demande en viande sauvage dans les zones urbaines, en favorisant l'introduction de nouvelles habitudes alimentaires pour promouvoir la consommation des protéines d'origine domestique et diminuer celles d'origine sauvage.

Le processus de changement de comportement d'une population/communauté peut se faire sous différentes formes, parmi lesquelles l'utilisation de campagnes de marketing social. Dans le cadre du projet, la stratégie de la campagne de marketing sociale a été conçue pour la réduction de la consommation des viandes sauvages afin de garantir la durabilité des ressources fauniques, la sécurité alimentaire des populations qui en dépendent et donc indirectement réduire aussi les risques de zoonoses.

II. SITES DE MISE EN OEUVRE DE LA CAMPAGNE

La campagne de marketing social aura lieu à Brazzaville. Brazzaville, capitale de la République du Congo, compte une population d'environ deux millions d'habitants et est divisée administrativement en neuf arrondissements. À Brazzaville, deux aspects principaux ont été pris en compte pour la segmentation des audiences cibles : 1) la fréquence de la consommation de viande sauvage et 2) la volonté d'essayer de nouveaux aliments. Sur la base de ces critères et au travers d'une étude de modes de vie, la campagne a identifié les hommes et femmes âgés de 18 à 34 comme cibles. Cependant, la campagne envisage d'impliquer aussi indirectement les hommes âgés entre

35 et 60 ans, parce qu'ils sont des consommateurs importants et parce qu'ils ont un rôle important dans la ville, notamment dans la politique.

Selon nos études, à Brazzaville, la consommation de viande sauvage se produit principalement à la maison, et éventuellement aussi dans les restaurants, avec les amis ou les membres de la famille. Les principales barrières qui peuvent leur empêcher de consommer des alternatives à la viande sauvage sont liées aux aspects culturels comme les traditions, la santé (nourriture qui est considérée saine) et aux caractéristiques perçues comme spéciales, tels que le goût et la texture. En revanche, les avantages qu'ils perçoivent à consommer des alternatives sont liés aux facteurs économiques (prix abordable par rapport à la viande de brousse) mais aussi sociaux tels que l'expérience de découvrir des nouvelles gastronomies ou le fait d'être admiré comme quelqu'un de moderne. Les canaux de communication les plus exploités par les audiences cibles de Brazzaville sont la télévision, la radio et les réseaux sociaux, ainsi que les événements publics (carnavals et foires).

III. OBJET DE LA PRESTATION DE SERVICES ET BUDGET

Dans le cadre de la mise en œuvre de la campagne de marketing sociale à Brazzaville, l'agence de communication sélectionnée sera chargée de la conception et du pré-test des supports de communication (multimédia et physiques). Le contrat initial est conclu jusqu'au 31 juillet 2025.

IV. RELATIONS :

L'agence de communication rendra compte techniquement et de manière régulière à la *Social Marketing Campaign Manager* de WCS - Congo, qui supervisera cette prestation de services.

V. LIVRABLES ATTENDUES :

1. Concevoir les matériels de la marque de la campagne de marketing social (*branding*), entre autres :

- a. 2 storyboards de spots TV (un par public cible)
- b. 2 storyboards des mini-sketchs destinés aux réseaux sociaux.
- c. 2 storyboards des vidéos des recettes de cuisine des plats congolais à base d'alternatives à la viande de brousse (1 par groupe cible)
- d. 2 scripts des spot radio (1 par groupe cible)
- e. Maquettes pour les affiches de grand format et petit format
- f. Support à la conception des projets de représentations artistiques liés à la campagne (événement, café littéraire etc)
- g. Matériels promotionnels (goodies) en utilisant le branding de la campagne. Le budget de ces matériels devra se limiter à moins de 5% du budget total de la production des matériels.

3. Assurer la préparation et l'implémentation des différentes séances de pré-test du matériel de la campagne, notamment :

- a. Elaboration du protocole de déroulement du pré-test (méthodologie, agenda, liste des participants, liste des ressources humaines impliqués etc)
- b. Mise en œuvre du pré-test et élaboration du rapport de pré-test.

VI. SOUMISSION D'UNE PROPOSITION TECHNIQUE ET FINANCIÈRE

1. Conditions d'éligibilité de l'agence

- A. Expérience en création, production et diffusion des campagnes de marketing social
- B. Expérience avérée dans la production des matériels de communication (Audiovisuel, Media, panneaux d'affichage, matériels promotionnels)
- C. Portfolio convaincant de réalisation de campagnes de communication passées
- D. Équipe et équipement nécessaires à la création des deux campagnes de marketing social qui font l'objet de cet appel d'offre
- E. Connaissance du contexte de Brazzaville
- F. Capacité de création de supports de communication en français et lingala nécessaire ; une compétence professionnelle en anglais serait un atout.

2. Caractéristiques de la proposition technique pour appliquer :

A. Documents légaux :

- Présentation de l'agence (1 page).
- Registre de constitution légale de l'agence de communication.
- Description de la capacité de l'agence en incluant le staff, établissements, équipements, services et matériels (1 page).
- Trois références de vos clients.

B. Proposition technique :

La proposition technique doit être présentée en Français, ne devra pas excéder les dix (10) pages, et devra inclure au minimum :

- Proposition des concepts de *branding* pour la campagne de marketing social. Cela inclut des propositions créatives pour le logo, le slogan, le jingle, la chanson et d'autres éléments.
- Le script en français d'un (1) spot radio, en ciblant une des deux audiences cibles de la campagne de Brazzaville.
- Le storyboard en français d'un (1) spot TV, en ciblant une des deux audiences cibles de la campagne de Brazzaville.
- Minimum trois (3) matériels promotionnels (goodies) avec justification.
- Une proposition d'une stratégie digitale d'accord aux intérêts et préférences médiatiques des deux audiences cible.
- Une proposition pour tester les matériels de communication auprès des audiences cibles de la campagne.
- Un calendrier de toutes les étapes selon les points énumérés.

C. Proposition financière :

- Les prix proposés dans la proposition financière pour la conception et pré-test des matériels de la campagne devront être présentés en Franc CFA (XFA) et tous les coûts doivent inclure tous les impôts et taxes payables éventuellement par le soumissionnaire au titre du contrat.
- La proposition financière doit inclure dans un seul tableau :
 - Prix détaillé de la conception des matériels de branding (logo, slogan, jingle, chanson).

- Prix détaillé de la conception, production et diffusion des matériels de la campagne selon le point IV. LIVRABLES ATTENDUS. Les prix doivent inclure le nombre de répétitions des spots par jour et le choix des chaînes de radio et TV.
- Prix détaillé de la conception, production et installation des matériaux d'affichage en incluant le nombre, dimensions et les coûts de location des sites d'affichage pour une durée de trois mois.
- Prix détaillé des matériels promotionnels (goodies) avec les quantités à produire.
- Coût des séances de pré-test des matériels de la campagne.
- Budget intégral en XAF détaillant **tous les coûts** de la proposition technique et les coûts de fonctionnement de l'agence. Ce budget intégral doit aussi inclure tous les impôts et taxes payables par le soumissionnaire au titre du contrat.

3. Évaluation des offres :

Les offres seront évaluées par un comité de sélection composé de représentants de WCS Congo. L'évaluation technique des offres sera basée sur leur conformité aux exigences de l'appel d'offre et aux critères suivants : compréhension et interprétation de l'appel d'offre, qualité de la proposition, niveau de correspondance avec le budget attribué, qualifications de l'agence de communication. Une note technique sera attribuée à chaque proposition. Les propositions qui n'abordent pas les aspects critiques de l'appel d'offre, ou qui n'obtiennent pas un score technique minimum, seront rejetées. **Les dossiers incomplets ne seront pas retenus pour évaluation. WCS se réserve le droit de ne pas fournir de justifications ou d'explications concernant les propositions qui ne seront pas retenues. Cette décision est prise à la discrétion exclusive de WCS, sans obligation d'informer ou de justifier les motifs de non-acceptation.**

4. Confidentialité

Les documents produits pendant la période de cet appel d'offre seront traités comme strictement confidentiels. "La WCS détiendra tous les droits, titres et intérêts sur la propriété intellectuelle développée dans le cadre de ce contrat de prestation, y compris, sans s'y limiter, tout matériel écrit, graphique, audiovisuel ou autre, rapports, contributions, ou données, créés par l'équipe prestataire dans toute activité afférente au développement de la campagne."

5. Soumission des propositions :

La WCS est un employeur qui respecte l'égalité et s'efforce de recruter et de soutenir une main-d'œuvre diversifiée. Nous nous engageons à cultiver un environnement de travail inclusif et recherchons de futurs collaborateurs qui partagent cette même valeur.

Les agences de communications intéressées par cet appel d'offre devront envoyer leurs offres en format PDF (Max. 20 pages en total) avant le 18 Juin 2025 à 16h (heure du Congo/Brazzaville) uniquement par email à l'adresse recruitmentcongo@wcs.org en copiant jkasonga@wcs.org, les dossiers de candidature devront inclure tous les documents détaillés dans le point VI. SOUMISSION D'UNE PROPOSITION TECHNIQUE ET FINANCIÈRE du présent document.

Directeur Pays

 Richard MALONGA

