



TERMES DE REFERENCE

**« Lutte contre l'Impunité des auteurs de violences Basées sur le Genre afin de Renforcer l'Egalité de genre en Guinée »
(LIBRE)**

**ELABORATION D'UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION
DIGITALE**

Octobre 2024

Le projet LIBRE est financé par l'Union européenne





Nom légal complet (raison sociale)	AVOCATS SANS FRONTIERES FRANCE
Acronyme	ASF France
Statut juridique	Association régie par la loi de 1901
Adresse	13 rue des Fleurs 31000 Toulouse France
Personne à contacter	Mélanie Canovas, Chargée de projets ASF France
Téléphone	(+33) 5 34 31 17 83
Adresse E-mail	projets@avocatssansfrontieres-france.org
Intitulé du projet	« Lutte contre l'Impunité des auteurs de violences Basées sur le Genre afin de Renforcer l'Egalité de genre en Guinée » (LIBRE)
Budget total	1 500 000 euros
Durée du projet	36 mois
Date démarrage et fin de projet	1 ^{er} Mars 2024 – 29 février 2027
Date limite dépôt offres	11 novembre 2024



I. INTRODUCTION

Le consortium du projet LIBRE est composé de trois (03) organisations partenaires à savoir :

Avocats Sans Frontières France (ASF France) contribue à faire respecter les droits fondamentaux, en favorisant l'accès au droit et à une justice équitable pour les plus vulnérables.

Le Club des Jeunes Filles Leaders de Guinée (CJFLG) est une association militante pour les droits des femmes et des enfants de la république de Guinée.

Le Centre guinéen de Promotion et de Protection des Droits de l'Homme (CPDH) est une organisation guinéenne de promotion des droits humains et d'assistance judiciaire en Guinée.

Le consortium LIBRE met en œuvre un projet de lutte contre les discriminations basées sur le genre et en particulier contre l'impunité des auteurs des VBG en Guinée dans le but de réduire les fragilités structurelles et conjoncturelles du pays, financé par l'Union européenne. Ce projet a démarré en mars 2024 et se terminera le 29 février 2027.

C'est dans cette perspective que s'inscrit la réalisation d'une campagne de communication digitale afin de sensibiliser l'opinion publique et les autorités sur les VBG et leur judiciarisation dans les zones du projet, notamment Conakry, Mamou, et Kankan. Cet appel d'offre a pour objectif de recruter une agence de communication en charge de cette campagne.

II. PRESENTATION GENERALE DU PROJET

Financé par l'Union européenne, en appui au gouvernement guinéen, et mis en œuvre par un consortium composé de 3 associations, le projet LIBRE vise à lutter contre l'impunité des auteurs de VBG. LIBRE est le fruit d'une collaboration entre plusieurs organisations : ASF France, le CJFLG et le CPDH.

a) Objectifs du projet

Le projet a pour objectif général de lutter contre les discriminations basées sur le genre et notamment contre les VBG en Guinée. L'objectif spécifique du projet vise à participer à la lutte contre l'impunité des auteurs de VBG en favorisant l'accès des victimes à la justice et impulser un changement de comportement des autorités et de la population. A travers cet objectif, la société civile va jouer un rôle important en matière de lutte contre les VBG en Guinée contribuant ainsi à favoriser la mise en œuvre effective de la législation applicable existante concernant les VBG et à la condamnation des auteurs de ces violences.

L'objectif général de cette campagne de communication est de contribuer à la lutte contre l'impunité des auteurs de VBG via la sensibilisation de la population sur les activités du projet, la production des contenus audio visuels liés aux VBG et la publication de ces articles sur les réseaux sociaux.

b) Activités

Le projet LIBRE se décline en trois axes d'intervention :



1. Mise en place d'une collecte de données relative aux VBG en Guinée centralisée et faisant l'objet d'un suivi et d'une actualisation effective
 - Développement d'un cadre de concertation des acteurs clefs luttant contre les VBG en Guinée ;
 - Amélioration de la base de données visant à collecter, centraliser et analyser les données en matière de VBG du ministère de la promotion féminine, de l'enfance et des personnes vulnérables ;
 - Action de plaider pour collecter de façon systématique les données relatives aux VBG ;
 - Mise en place d'ateliers de suivi des parties prenantes sur la disponibilité et l'actualisation des données en matière de VBG ;
 - Elaboration d'une étude présentant les résultats de la collecte des données en matière de VBG en Guinée et présentation au cours d'un atelier de restitution.

2. Une prise en charge holistique des femmes victimes de VBG est assurée, ainsi qu'un accompagnement effectif.
 - Formation des acteurs de la chaîne pénale et des médecins dans le domaine des VBG ;
 - Formation sur les droits humains et les enjeux liés aux VBG ;
 - Renforcement des capacités des avocats dans le traitement des dossiers de VBG ;
 - Création, animation et formation de clubs scolaires des droits humains et du genre dans les écoles et les universités ;
 - PEC holistique des survivantes de VBG ainsi que les référencement nécessaires.

3. Des actions de plaider et de sensibilisation sont menées pour influencer les politiques et l'opinion publique concernant le droit des femmes et les VBG
 - Campagne de communication digitale pour sensibiliser l'opinion publique et les autorités sur les VBG et leur juridicisation ;
 - Mise en place de sessions de sensibilisation de la population sur le respect des droits humains et la lutte contre les violences faites aux femmes/filles ;
 - Plaider auprès des autorités afin de favoriser le développement de la médecine légale en Guinée ;
 - Déploiement d'un plaider en vue de l'instauration d'un fonds intégré dirigé par la société civile.

III. OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION DIGITALE

a) Objectifs de la campagne de communication

L'objectif général de cette campagne de communication est de contribuer à la lutte contre l'impunité des auteurs de VBG via la sensibilisation de la population.

De façon spécifique, il s'agit :

- Développer une stratégie globale de communication destinée aux activités du projet ;



- Sensibiliser l'opinion publique et les autorités sur les VBG et leur judiciarisation via une campagne de communication digitale permettant d'analyser les attitudes et perception des groupes cibles et de changer les comportements ;
- Informer le public sur les différentes formes de VBG leurs causes, leurs conséquences, et leur prévalence ;
- Créer et animer un site d'internet, des pages sur des réseaux sociaux destinés aux activités de projet ;
- Assurer la visibilité des activités du projet et produire des contenus audio-visuels et les partager sur le site et les réseaux sociaux dédié au projet ;
- Promouvoir les services d'assistances disponibles pour les survivantes de VBG, tels que les lignes d'assistance téléphonique, les types de prises en charges holistique et les services juridique ;
- Faire des communications sur l'existence de la base de données cas de VBG au niveau du ministère ;
- Encourager les témoins et le public à signaler les cas de VBG et à soutenir les victimes dans des zones d'intervention du projet.

b) Résultats attendus de la campagne de communication

A la fin de cette activité, les résultats suivants seront atteints :

- Une stratégie globale de communication du projet est développée et validée par les membres du consortium ;
- Les autorités et les populations des zones d'intervention du projet sont sensibilisées la judiciarisation des cas de VBG de même qu'une analyse sur les attitudes et perceptions des groupes cible est réalisée ;
- Le public est informé sur les différentes formes de cas de VBG, leurs conséquences et leur prévalence ;
- Un site web et des pages sur des réseaux sociaux dédiés au projet sont créés et animés pour relayer les activités du projet ;
- Des contenus numériques (articles, vidéos, témoignages etc...) variés sont produits et diffusés sur les réseaux sociaux destinés au projet ;
- Des populations sont informées de l'existence des services de prise en charge y compris l'assistance judiciaire et juridique de même que la ligne téléphonique pour signaler les cas de VBG dans des communautés ;
- Des communications liées à l'existence de la base de données sont réalisées auprès des acteurs clés intervenants dans la gestion et la collecte des données des cas de VBG sont réalisées ;
- Des autorités et populations des zones d'intervention alertent/signalent tous les cas de VBG et soutiennent des survivantes ;



c) Méthodologie

L'équipe en charge de la campagne de communication sera chargée de proposer une méthodologie propre au développement de cette campagne de communication et devra être constitué à minima :

- Une offre technique détaillant les activités et tâches à mener pour l'atteinte des objectifs susmentionnés ;
- Une offre financière couvrant la période de consultance (durée du projet).

d) Cibles

Il est important de souligner que l'essentiel des populations cibles de cette campagne se trouvent dans les zones d'intervention du projet. Ainsi, il s'agit en particulier de :

- Les autorités locales ;
- Les autorités nationales ;
- Les leaders religieux ;
- Les élèves et étudiants ;
- Des journalistes ;
- La société civile ;
- La population guinéenne.

e) Livrables

- Une note de cadrage incluant la stratégie/méthodologie de la campagne de communication qui sera présentée, revue et validée par les membres du consortium du projet avant le démarrage de la campagne ;
- Création et suivi d'un site web dédié au projet ;
- Création et suivi de pages dédiées au projet sur les réseaux sociaux ;
- Elaboration de supports de communications (vidéos, articles, témoignages, publications sur les réseaux sociaux, etc.) relatifs aux activités du projet ;
- Un rapport intermédiaire de présentation des premiers résultats suite à la mise en place de la campagne de communication digitale ;
- Un rapport final présentant les résultats de la campagne de communication digitale incluant les recommandations et remarques de l'équipe en charge de la campagne de communication.

f) Calendrier

Le développement de la campagne de communication doit se réaliser sur une période de 3 à 6 mois. Un suivi est à prévoir sur la durée restante du projet.



IV. MODALITES PRATIQUES

a) Equipe de réalisation/ Profil du consultant

Sur la base des besoins définis :

- Au moins 7 ans d'expérience professionnelle en matière de gestion de campagne de communication digitale, en particulier dans le secteur de la coopération et du développement ;
 - Compétences en communication et en marketing digitale
 - Connaissance des outils et plateformes des médias sociaux
 - Capacité à analyser les données et à ajuster les stratégies en conséquence
- Connaissances et expertises techniques dans le secteur des violences basées sur le genre ;
- Expérience avérée de campagnes de communication digitales menées en Guinée ou dans la sous-région ;
- La campagne de communication digitale devra être élaboré en français.

b) Evaluation de l'offre et procédure de dépôt

Les candidats (structures ou personnes indépendantes) intéressés pour effectuer cette campagne de communication digitale doivent fournir, par email uniquement, avant le 11 novembre 2024 une offre technique et une offre financière, à l'adresse recrutements@avocatssansfrontieres-france.org incluant les éléments suivants :

- Une note de compréhension des termes de référence et de présentation de la méthodologie utilisée ;
- Les références et expériences du consultant ou de l'équipe ou du cabinet sur ces 10 dernières années ;
- Le CV détaillé et les copies d'évaluation de performance des deux dernières années du consultant/ de l'équipe dans le cadre d'autres évaluations similaires ;
- Le calendrier prévisionnel d'intervention ;
- Une offre financière en Euros comportant le budget global (hors taxe et toutes taxes comprises) et les prix détaillés (honoraires, indemnités journalières, transports, missions, etc.).

Les offres reçues conformément aux éléments exposés ci-dessus seront analysées selon les critères suivants :

Les critères ci-après seront pris en compte :

- Expérience spécifique du/des consultant(s) applicable à la mission
- Adéquation de la méthodologie et du plan de travail proposés aux termes de référence
- Qualifications et compétence du/des consultant(s) pour la mission.

Tableau – Allocation des points pour l'évaluation des Propositions techniques

Critères d'évaluation	Points
-----------------------	--------



Références et expériences spécifiques du cabinet, du/des consultant(s) applicable à la mission	20
Adéquation de la méthodologie et du plan de travail proposés aux Termes de référence	45
Qualifications et compétence du/des consultant(s) (CV)	35
Total	100

La note technique minimum de qualification (Nt) requise est de : 80

La Proposition financière dont le prix évalué est le moins élevé (Pm) se verra attribuer la note de prix (Np) maximale de 100.

La note de prix des autres propositions sera calculée par la formule ci-après :

$Np = 100 \times Pm / P$, dans laquelle "Np" est la note de prix, "Pm" est le prix le moins élevé, et "P" le prix de la proposition évaluée.

Les pondérations attribuées respectivement à la Proposition technique (T) et à la Proposition financière (F) sont :

T = 75

F = 25

Les Propositions sont classées en fonction de leur note technique (Nt) et de prix (Np) combinées en utilisant les pondérations (T = la pondération attribuée à la Proposition technique ; F = la pondération attribuée à la Proposition financière ; T + F = 1) comme suit : $N = Nt \times T\% + Np \times F\%$.