

TDR

Activistes - Le podcast de la FIDH (titre de travail)

Pitch

Défendre les droits humains, c'est s'opposer. C'est refuser la marche du monde. C'est oser être le grain de sable dans l'engrenage. Mais pourquoi choisir de défendre les droits humains ? Pourquoi sortir du rang ? Pourquoi prendre des risques, mettre sa vie en danger, ou celle de ses proches ? Est-ce un choix ? Le résultat des circonstances ?

Quels sont les événements clés ou les rencontres qui font qu'on devient un·e activiste ?

Le podcast de la FIDH va interroger les défenseur·ses des droits issu·es de son immense réseau – des centaines de personnes dans plus de 115 pays – pour répondre à **cette question, posée en creux à nos auditeurs : Pourquoi s'engager ?**

Ces récits **intimes** vont mettre en lumière une grande **diversité** de personnalités et de parcours, de combats, de dangers et de victoires. Mais tous les épisodes vont suivre un même **fil conducteur, qui permet une identification introspective : les points de bascule**. Quels sont les moments précis où l'on décide que le monde tel qu'il est n'est pas acceptable, qu'il faut le rendre plus juste, plus vivable, avec les mêmes droits et la même dignité pour toutes et tous.

Dans une époque marquée par des crises violentes et multiples, ce podcast permet de présenter le travail des **défenseur·ses des droits**, de montrer que ces femmes et ses hommes, jeunes ou plus âgé·es, sont souvent les derniers remparts face à la montée des autoritarismes : sans eux et sans elles, il n'existe souvent plus d'obstacle face aux dictatures et aux privations de libertés. Ils et elles sont aussi les premières victimes quand les droits de toutes et tous sont attaqués..

En dotant la FIDH de voix et de visages, en incarnant ses combats à travers les histoires de celles et ceux qui la composent, cette série de podcasts illustre la FIDH en tant que fédération, tout en créant un lien avec ses auditeurs autour de la notion d'engagement.

Objectifs

1. Mettre en lumière la dimension fédératrice et internationale de la FIDH.
2. Montrer sous un jour positif et accessible le rôle des défenseur·es ;
3. Favoriser la mobilisation et l'engagement citoyen pour les droits humains ;

Portraits

La FIDH identifie et sélectionne les invité·es **dans son réseau mondial**, au sein de ses organisations membres et de son Bureau international (des personnes élues par les organisations membres pour la gouvernance de la FIDH). Ces portraits **d'hommes** et de **femmes** doivent refléter la **diversité** des combats et des **régions**, en faisant la part belle aux nouvelles générations de militants des droits humains.

Réalisation

Ce podcast est un **récit** qui est **mis en scène et éditorialisé** avec un **habillage audio** . Ce n'est pas une interview avec des questions et des réponses, et un ordre forcément chronologique. La personne qui pose les questions ne devrait pas être présente ou audible. L'invité·e raconte son engagement à travers les points de bascule de sa vie.

Le **déroulé** : toutes les interviews auront un chemin de fer distinct mais les épisodes couvrent des questions clés (à définir), par ex :

- Racontez-nous le(s) moment(s) clé(s) de votre parcours militant/activiste.
- Pouvez-vous raconter la première injustice dont vous avez été témoin ? Quel est votre premier souvenir du système judiciaire ? Pourquoi la justice ?
- Comment définissez-vous votre milieu et votre culture politique ? En quoi cela a-t-il influencé ton parcours ?
- Selon vous, est-ce qu'on né·e ou est-ce qu'on devient militant·e ?
- Qui autour de vous a été une source d'inspiration ?
- Quels sacrifices implique votre combat ? Pour vous, vos proches ?
- Quelles joies ? Quelles victoires ?
- Avez-vous (eu) peur ?
- Quels conseils donneriez-vous aux personnes qui souhaiteraient s'engager, qui hésitent ?
- Si vous deviez ne retenir qu'un moment de votre vie avec la FIDH, ce serait lequel ?

Ce podcast doit être imaginé en **3 langues** (français, espagnol, anglais).

Un portrait dure environ 40 minutes (et peut éventuellement être découpé en épisodes plus courts).

Une **voix off** introduit et conclut chaque épisode. Cette voix est celle d'une célébrité (parrain, marraine) engagée avec une forte présence sur les RS.

Introduction

- présenter le podcast, l'invité et son contexte (pays, actualité) en créant tout de suite un lien avec l'auditeur : par ex. Vous êtes-vous déjà demandé si (...) ? Où étiez-vous quand (...) ?
- décrire la FIDH

Conclusion

- Appeler à soutenir le combat de la FIDH (CTA)
- Remercier les bailleurs et partenaires

Stratégie de diffusion

- Par le partenaire, auprès de ses auditeurs et via son réseau média.
- Diffusion sur les plateformes d'écoute en ligne (Spotify, Apple, Deezer, etc.)
- Via les réseaux sociaux de la FIDH, des organisations membres de la FIDH, du parrain ou de la marraine (voix off) par la promotion des épisodes entiers et par des capsules sonores (extraits).
- Relations Presse
- Partenariats médias, influenceur·ses

Note sur le timing des diffusions :

Accroche d'actualité : le réseau de la FIDH est international, présent dans plus de 180 pays : possibilité de prévoir les moments d'actualité : élections, guerres en cours, tensions...

Journées particulières liées aux droits humains

Budget

Environ 20 000 euros pour les 4 premiers épisodes.

Livrables attendus

Les podcasts

- 4 épisodes : interviews préalables, structuration narrative, prise de son, habillage sonore, montage et mixage, en lien avec l'équipe projet
- Traductions (anglais, français, espagnol)
- Un budget détaillé pour cette partie

La diffusion (3 langues)

- Une stratégie de diffusion complète (cibles, objectifs, indicateurs)
- Un budget détaillé pour cette partie
- Création de teasers et/ou extraits audio/vidéo pour réseaux sociaux
- Création d'une page dédiée (sur le site de la FIDH) - option.

Calendrier prévisionnel

- **Fin de l'appel d'offre** : 19 septembre 2025
- **Choix du prestataire** : fin septembre 2025
- **Lancement de la production** : octobre 2025
- **Objectif** : finaliser et mettre en ligne au moins 4 portraits d'ici à décembre 2025

Notations

- Qualité et pertinence du concept créatif (30 %)
- Cohérence du plan de diffusion (25 %)
- Organisation, planning et capacité à produire (15 %)
- Coût total de la prestation TTC (30 %)