



Termes de références
pour les services d'un prestataire en communication

Projet : « Réponse solidaire européenne à la crise de la Covid-19 en Algérie »

I. INFORMATION GENERALE

<i>Intitulé de la mission :</i>	❖ Conception et réalisation de capsules vidéo pour une campagne de sensibilisation sur le Covid 19 dans le cadre du projet « Réponse solidaire européenne à la crise de la Covid-19 en Algérie » financé par l'Union Européenne.
<i>Durée du contrat :</i>	06 mois
<i>Durée de la mission :</i>	3 mois
<i>Lieu :</i>	Alger
<i>Date prévue de début :</i>	Dès que possible
<i>Superviseur :</i>	Sous la supervision de la Directrice Nationale du Projet et du chargé de communication du Projet.

II. CONTEXTE DU PROJET

Description du contexte

La pandémie du COVID-19, déclarée par l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) comme urgence de santé publique internationale (USPI) le 30 janvier 2020, et qualifiée de pandémie depuis la mi-mars 2020, a engendré une crise sanitaire grave au niveau mondial, avec des répercussions inédites sur la vie privée (restrictions à la liberté de mouvement), l'organisation sociale (mesures radicales de confinement et de distanciation sociale), et la capacité productive et industrielle de tous les pays à travers le monde, y compris l'Algérie.

Depuis le 19 mars 2020, et devant la progression rapide et exponentielle de la maladie, les pouvoirs publics ont adopté de nombreuses mesures pour contenir la propagation du coronavirus : confinement de certaines wilayas ; restrictions aux déplacements et aux transports en commun urbain et interurbain ; couvre-feu dans plusieurs wilayas ; obligation de port du masque et du respect de la distanciation physique dans les lieux publics ; fermeture de certaines activités commerciales jugées non essentielles ; adoption de sanctions pécuniaires à l'encontre des citoyens et des commerces qui ne respectent pas les mesures sanitaires, etc. Parallèlement à ces mesures, des campagnes de sensibilisation de la population ont été menées sur les médias et par l'entremise des organisations de la société civile. Cependant, malgré tous ces efforts, l'épidémie demeure toujours active à travers le pays, avec en moyenne plusieurs centaines de cas recensés chaque jour. L'analyse de la dynamique d'évolution de la pandémie a fait ressortir qu'elle est, entre autres, intimement liée au calendrier des événements sociaux, religieux et communautaires, ainsi qu'au calendrier de confinement/déconfinement. En effet, il a été constaté que quelques jours après les fêtes de l'Aïd el Fitr, le pays a observé une recrudescence des contaminations du fait des rencontres et visites familiales.

Le déconfinement, même partiel, a permis la reprise de la vie sociale donc des fêtes de mariages, des cérémonies, des rencontres et célébrations diverses, des départs en vacances. Mais il a été suivi très rapidement par une remontée vertigineuse du nombre de contaminations. Dans de nombreux cas aussi, l'épidémie est quasiment intra familiale et de véritables clusters sévissent au niveau de la communauté. Ce sont des familles entières ou des quartiers entiers qui se présentent au niveau des structures hospitalières.

Compte tenu du nombre reproductif du COVID-19, qui se situe, selon l'OMS, entre 2-3, et du nombre élevé de cas asymptomatiques et bénins, tous les nouveaux cas rapportés quotidiennement peuvent générer 2 ou 3 nouveaux cas, ce qui explique pourquoi les structures de santé publiques ont été submergées de patients Covid 19, et le personnel soignant soumis à une énorme pression, rendant plus difficile la prise en charge médicale des patients atteints.

C'est dans ce contexte de crise sanitaire et dans le cadre de son initiative globale « Team Europe » d'appui aux pays partenaires dans leur lutte contre la propagation de la Covid-19 et des relations de bon voisinage avec l'Algérie, que l'Union Européenne a dégagé un financement de 43 millions d'euros pour soutenir le système de santé publique algérien, afin de l'appuyer pour faire face à cette pandémie et d'en limiter les conséquences. Ce financement sera mis en œuvre par le biais d'un partenariat triangulaire regroupant le Ministère de la Santé, de la Population et de la Réforme Hospitalière (MSPRH), la Délégation de l'Union Européenne en Algérie et le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD). Ce partenariat a donné naissance au projet intitulé « Réponse solidaire européenne à la crise de Covid-19 en Algérie ».

La quasi-totalité du financement sera déboursée pour l'acquisition de kits de dépistage et de protection ; des équipements médicaux et la formation du personnel de la santé publique. Le PNUD a été retenu comme partenaire dans la mise en œuvre de cette réponse solidaire européenne, car disposant d'une expertise et d'un réseau d'approvisionnement lui permettant d'opérer avec beaucoup de flexibilité, l'acquisition des

équipements sur le marché international, à des prix compétitifs et dans le respect des standards internationaux de transparence et de qualité.

Parallèlement à l'acquisition des équipements et matériels de protection, le projet lancera des actions de communication et de sensibilisation aux mesures barrières et à la vaccination contre la COVID-19, qui viendra en appui aux efforts du Gouvernement et de la société civile depuis l'apparition de l'épidémie. Les activités de communication du projet s'appuieront essentiellement sur les réseaux sociaux et sur des actions de sensibilisation menées par la société civile.

Parmi les objectifs fixés :

- Maintenir l'état de vigilance face à la maladie en renforçant la connaissance du public-cible sur les conditions de transmission du virus ;
- Amener les citoyens à adopter des comportements susceptibles de limiter la chaîne de propagation de la Covid-19 et à se départir des comportements à risques ;
- Combattre le déni de la maladie et les idées reçues ;
- Présenter le bénéfice de la vaccination pour la personne concernée, et du bénéfice collectif pour ses proches et l'ensemble de la société, combattre la réticence au vaccin.

Afin d'éviter toute redondance dans les messages et les concepts, les activités envisagées dans le cadre de ce projet doivent tenir compte des supports de communication (affiches, dépliants, vidéos, etc.) réalisés par les pouvoirs publics ou d'autres partenaires et institutions, nationaux ou internationaux, dans le cadre de la stratégie nationale de réponse à la pandémie de la Covid-19. A titre d'exemple, le PNUD, dans le cadre d'un partenariat avec le MSPRH, a récemment réalisé une série de 4 capsules vidéo de sensibilisation, dont 3 ont été diffusées sur les réseaux sociaux (FB, YouTube, Twitter et Instagram). Ces vidéos sont accessibles sur les liens suivants : <https://www.facebook.com/UNDPAlgeria/videos/149978036641245/>

https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2729310507398766&id=100009595291686

<https://www.facebook.com/UNDPAlgeria/videos/449901399506279/>

Pour les besoins de cette campagne, il a été convenu de privilégier également le canal de diffusion via les réseaux sociaux pour deux considérations principales :

- La cible principale, à savoir les jeunes, y est le plus présente.
- Le taux de pénétration de l'internet résidentiel et mobile, et le taux d'utilisation des smartphones sont très élevés en Algérie, en particulier chez la catégorie des jeunes.

Les chaînes TV publiques et privées pourraient aussi être appelées à contribution pour la diffusion gratuite des messages d'intérêt général, dans le cadre de leur mission de service public.

III. TACHES ET RESPONSABILITES

RESUME DE LA MISSION

- Afin de mettre en œuvre les activités de communication et de sensibilisation de ce projet, le PNUD souhaite engager une agence de communication ou de production audiovisuelle ayant une expertise pertinente, et qui aura pour mission :
 - **La conception et la réalisation de** 3 capsules vidéo d'une durée de 35 à 50 secondes max, sur les thématiques suivantes :

Capsule 1 – Les bénéfices de la vaccination : faire un rappel de l’historique de la vaccination et expliquer que dans la lutte contre les maladies infectieuses, la vaccination reste l’intervention de prévention la plus efficace ; (Cette capsule est prioritaire et urgente)

Capsule 2 – Gestes barrières et vaccination : montrer comment et pourquoi le maintien des gestes barrières reste nécessaire, même en étant vacciné (port du masque, distanciation sociale, lavage des mains, etc.) ;

Capsule 3 – Comportement social : Les rassemblements familiaux et entre amis (mariages, anniversaires, cérémonies funèbres ; etc.) ;

- Le choix du concept créatif est du ressort du prestataire et sera un critère important dans l’évaluation technique de l’offre.
- La durée courte est un atout.

➤ **Les cibles principales de la campagne sont :**

- Les jeunes de 15/35 ans.
- Les adultes (quadragénaires et plus) avec un focus sur le genre féminin.
- La population cible de la vaccination en Algérie (personnel de la santé, personnes âgées, personnes souffrant de maladies chroniques, prescripteurs).

➤ **Canaux de diffusion :**

- Réseaux sociaux : Facebook ; Instagram ; YouTube comme contenu sponsorisé (sous forme d’achats de publicité sur les réseaux sociaux). Des personnalités du monde du sport, de l’art et du divertissement pourraient également être approchées pour contribuer à une diffusion à grande échelle de cette vidéo, avec achat de publicités.
- Les Chaines TV publiques et privées à titre gracieux comme campagne d’intérêt général : cette diffusion est sous la responsabilité et à la charge du ministère de la santé.

➤ **Les concepts de capsules doivent être :**

- Créatifs : différent de ce qui a été produit jusqu’à présent ;
- Attractifs pour capter l’attention d’une cible jeune, par exemple ;
- Possibilité de créer un fil conducteur entre les vidéos, les relier d’en faire une série autour d’un slogan unique ;
- Le choix d’influenceurs comme porteurs des messages est un critère de sélection important.

➤ **Durée des vidéos** : de 35 à 50 secondes max ;

➤ **Format** : TV et réseaux sociaux ;

➤ **Langue** : vidéo originale en langue arabe (dialecte algérien) avec traduction en langue française et tamazight.

➤ **Tournage** : personnages réels, ou en motion design : faire une offre pour chaque catégorie.

PRINCIPALES TACHES

Pour la réalisation de sa mission, le prestataire aura pour principales tâches :

- a) Le développement de concepts créatifs autour des 4 messages clé ;

- b) Le recrutement des acteurs (ou influenceurs) ; la rédaction des synopsis, des scripts, des scénarii, recherche visuelle, réalisation du story-board, création de l'animatique, identification et préparation des lieux de tournage (s'il y a lieu) ;
- c) La post production : maquettage, animation, étalonnage, montage et mixage ;
- d) Elaboration d'un plan de diffusion sur les réseaux sociaux : 10 millions de personnes à atteindre
- e) Proposer une déclinaison des messages sur des affiches

IV. PRODUITS ATTENDUS (LIVRABLES) ET CHRONOGRAMME PREVISIONNEL

Les vidéos (capsules). La qualité de compression requise est (SD, HD, HDV) et une fourniture aux formats MP4, WMV, FLV et AVI est requise.

Livrables	Durée	Mode de diffusion prévu	Date de livraison
1. Scripts Chronogramme estimatif d'élaboration des scripts et scénarii et réalisation des vidéos – tournage – montage des capsules vidéo.	10 jours à partir de la date de notification de l'adjudication de la prestation	-	10 avril 2021
2. Capsule vidéo 1 : Bénéfice de la vaccination : faire un rappel de l'historique de la vaccination et expliquer que dans la lutte contre les maladies infectieuses, la vaccination reste l'intervention de prévention la plus efficace	35 à 50 sec max.	Réseaux sociaux + TV	20 avril 2021
3. Capsule vidéo 2 : Gestes barrières et vaccination : montrer comment et pourquoi le maintien des gestes barrières reste nécessaire ;	35 à 50 sec max	Réseaux sociaux + TV	20 avril 2021
4. Capsule vidéo 3 : Comportement social : Les rassemblements familiaux et entre amis (mariages, anniversaires, cérémonies funèbres ; etc.) ;	35 à 50 sec max	Réseaux sociaux + TV	20 avril 2021

V. QUALIFICATIONS

Expérience

- La présente mission s'adresse aux agences de communication ayant des compétences confirmées et disposant d'au moins 5 ans d'expérience dans la réalisation de films audiovisuels et d'animations et de spots publicitaires et de conception graphique ;

	• Le prestataire devra être en mesure de justifier de la réalisation de contenus vidéo diffus(és)ables à la télévision et sur les réseaux sociaux ; • Excellente maîtrise de l'ensemble des étapes de la réalisation de contenu vidéo et de conception graphique ; • Expérience et excellente capacité de gestion des réseaux sociaux et la diffusion à grande échelle de contenu sponsorisé sur les principales plateformes des réseaux sociaux ; • Disposer d'un carnet de contacts avec tous types d'influenceurs (artistes, sportifs, influenceurs sur les réseaux sociaux, etc).
<i>Méthodologie de travail</i>	Le prestataire devra, à travers sa méthodologie de travail démontrer sa bonne compréhension de la mission et présenter : - Les modalités de réalisation des travaux, objets de ces termes de références, - Un planning de réalisation des livrables Il est attendu du prestataire d'adopter une approche basée à la fois sur l'écoute et la collaboration permanente, en coordination avec la partie nationale, le prestataire pourra bénéficier de l'appui du Ministère de la Santé et du PNUD afin d'obtenir les facilitations nécessaires pour le tournage.
<i>Validation des supports</i>	La validation des supports sera effectuée par le Ministère de la santé et le PNUD. Le prestataire devra apporter tous les changements et modifications suggérés (autant de fois que nécessaire). Le prestataire devra suivre, pour l'élaboration de chaque support, les étapes de validation suivantes : - Validation du script - Validation du draft - Validation finale du support.
<i>Innovation</i>	Le prestataire doit démontrer une grande capacité créative et être en mesure de proposer des idées et produits et concepts innovants en phase avec l'objectif et la nature de la campagne de sensibilisation, notamment en termes de scénario, de graphisme, séquençage, prise de vue et atmosphère.
<i>Visibilité</i>	La visibilité du Projet et des partenaires doit être assurée sur les supports réalisés avec l'affichage des logos (drapeaux) des partenaires du Projet.
<i>Mesures de prévention et de protection sanitaires</i>	Il sera attendu du prestataire de mettre en œuvre toutes les mesures nécessaires de prévention et de protection sanitaires liées à la COVID-19, y compris à travers des aménagements sur les lieux de travail et de tournage (distanciation physique lorsque nécessaire) et en mettant à disposition de l'ensemble des intervenants des masques, gants et gel hydroalcoolique, et ce en conformité avec les directives des autorités en la matière. Cette exigence conditionnera la validité de l'offre

VI. DOCUMENTS CONSTITUTIFS DE L'OFFRE

Les soumissions devront être présentées en offre technique et offre financière distinctes

OFFRE TECHNIQUE

Le prestataire devra :

- Citer au moins 3 références récentes de réalisations et fournir un lien ou sur un autre support, sur lesquels on pourra visualiser son savoir-faire, ses compétences et sa capacité à proposer des idées et produits innovants en phase avec cette mission
- Présenter les CV et press books des ressources humaines qu'il compte mobiliser pour la réalisation de sa mission ;
- Proposer sa méthodologie de prise en charge de sa mission et son planning de réalisation (1 page max)
- Présenter 1 propositions de scénario et de story-board pour chacun des livrables.

OFFRE FINANCIERE

L'offre financière doit être forfaitaire pour la réalisation des produits attendus (livrables) avec le détail des coûts pour chaque livrable. L'offre doit être exprimée en Dinars algériens.

Le plan de diffusion doit être détaillé par cible et par canal de diffusion (excepté pour les chaines TV où la diffusion sera gratuite et volontaire)

VII. CRITERES D'EVALUATION DE L'OFFRE

Les offres seront évaluées en deux étapes selon les critères suivants :

A. EVALUATION TECHNIQUE

Critère technique		Note
1	Références professionnelles pour des réalisations du même type ou autres (nombre et qualité de vidéos réalisées et supports imprimés) Références clients en matière de communication sur les réseaux sociaux	15
2	Note méthodologique et délais de réalisation des capsules vidéo	10
3	Concepts et scénario des capsules vidéo	40
4	Expérience de l'équipe dédiée au projet, notamment l'équipe artistique.	05
Total		70

B. EVALUATION FINANCIERE

Les offres qualifiées ayant obtenues 70% du total des points à l'évaluation technique passeront à l'évaluation financière. Chaque offre financière (F) recevra une note financière (NF) calculée par comparaison avec l'offre financière la moins distante (Fm) de la manière suivante : **$NF = 100 \times Fm / F$** (F étant le prix de l'offre financière).

C. NOTE GLOBALE

Les propositions seront classées en fonction de leurs notes technique (Nt) et financière (Nf) combinées, avec application des pondérations (70% pour la proposition technique et 30% pour la proposition financière), pour aboutir à une note globale (NG). Le marché sera adjudgé à l'offre ayant obtenu la note globale (NG) pondérée la plus élevée tout en tenant compte des principes généraux du PNUD (coût et efficacité).

VIII. DEPOT DES CANDIDATURES

Les prestataires intéressés sont priés de faire parvenir leur offre, comprenant tous les documents susmentionnés, à l'adresse email procurement.covideu@undp.org, en indiquant comme objet

« Prestataire en communication –_Projet : « Réponse solidaire européenne à la crise de la Covid-19 en Algérie ».

Le PNUD se réserve le droit de vérifier toutes les informations fournies et d'écarter toute soumission ayant fourni des informations erronées ou incomplètes.

Toute demande de clarification doit être transmise par écrit, ou par voie électronique à l'e-mail indiqué ci-dessus. Les réponses aux demandes de clarifications seront communiquées par écrit ou par voie électronique à tous les soumissionnaires, sans que la source de la requête ne soit mentionnée.