

Structure des TDRs contrat institutionnel

Recrutement d'une agence de communication pour la documentation et la capitalisation des bonnes pratiques dans le cadre du Programme conjoint UNFPA-UNICEF pour l'accélération de l'abandon des mutilations génitales féminines au Sénégal

Section	Contenu
Contexte	Les mutilations génitales féminines (MGF) constituent l'une des violations des droits humains les plus répandues affectant les femmes et les filles à travers le monde. Au Sénégal, malgré des progrès significatifs enregistrés ces dernières décennies, cette pratique demeure une réalité dans plusieurs régions du pays où elle reste fortement ancrée dans certaines normes sociales, croyances religieuses et traditions culturelles. Pour lutter contre cette pratique, le Gouvernement du Sénégal a adopté en 1999 une loi criminalisant les mutilations génitales féminines et a depuis mis en œuvre plusieurs politiques et stratégies nationales de protection des droits des femmes et des filles. Ces efforts sont soutenus par des partenaires techniques et financiers, dont l'UNICEF et l'UNFPA à travers le Programme conjoint pour l'accélération de l'abandon des mutilations génitales féminines. Mis en œuvre au Sénégal depuis 2008, ce programme vise à accélérer le changement des normes sociales à travers une approche fondée sur les droits humains, la participation communautaire, la promotion de l'égalité de genre et le leadership des communautés. Selon les résultats de l'Enquête démographique et de santé (EDS) 2023, la prévalence nationale des MGF chez les femmes âgées de 15 à 49 ans est estimée à 20,1 % et de 12,9% chez les filles de moins de 15 ans. Les taux demeurent particulièrement élevés dans certaines régions, notamment Matam (66,7 %), Sédhiou (48,1 %), Kolda (38,5 %), Kédougou (30 %), Saint-Louis (27,3 %), Ziguinchor (22,8 %) et Tambacounda (19,8 %) chez les filles de moins de 15 ans. Conscients des limites des outils traditionnels de suivi des changements comportementaux, l'UNICEF et l'UNFPA ont accompagné le Sénégal dans le déploiement d'outils innovants de mesure du changement des normes sociales. Le Sénégal a ainsi été retenu comme pays pilote pour tester et mettre en œuvre ces outils avec l'appui du Bureau régional et du Siège de l'UNICEF. Les résultats de cette analyse mettent en évidence :

	• Une progression du changement des attitudes et croyances relatives aux MGF ; • Une implication croissante des jeunes dans les actions de prévention et de plaidoyer ; • Une évolution progressive des relations de genre au sein des familles ; • Une participation accrue des leaders religieux et communautaires au dialogue social ; • Une amélioration de la coordination des acteurs dans certaines localités. Toutefois, plusieurs défis persistent, notamment : • la persistance de normes sociales favorables à la pratique ; • les contournements de la loi à travers les mouvements transfrontaliers ; • la faible coordination des mécanismes d'application de la loi ; • la difficulté de documenter systématiquement les changements sociaux et comportementaux observés ; • la nécessité de renforcer les approches fondées sur des données probantes. Afin de documenter les bonnes pratiques réalisées dans le cadre de cette nouvelle approche et en vue d'alimenter la programmation future du Programme conjoint et de contribuer à l'atteinte de l'objectif mondial d'élimination des MGF d'ici 2030, UNICEF Sénégal souhaite recruter une agence de communication chargé de documenter, analyser et capitaliser les changements observés au niveau communautaire, institutionnel et individuel.
Objectifs, But & résultats attendus	Objectif général Documenter et capitaliser les changements sociaux, comportementaux et institutionnels induits par le Programme conjoint UNFPA-UNICEF dans les zones d'intervention ciblées afin d'identifier les bonnes pratiques, les leçons apprises et les stratégies à renforcer pour accélérer l'abandon des mutilations génitales féminines. Objectifs spécifiques L'agence devra : 1. Analyser les changements observés dans les communautés concernant les perceptions et pratiques liées aux MGF et documenter les transformations observées chez les jeunes, les femmes, les familles, les leaders religieux et coutumiers et les communautés ; 2. Documenter les approches, innovations et mécanismes ayant contribué aux changements observés ;

	3. Documenter les progrès enregistrés dans l'implication et la coordination des services étatiques et des partenaires ; 4. Développer un ensemble de récits de personnages illustrant les transformations induites par le programme. 5. Documenter les éléments de durabilité des interventions, par exemple l'appropriation par les acteurs gouvernementaux, les communautés et/ou les individus devenus des agents de changement. Résultats attendus À l'issue de la mission : 1- Les changements observés dans les communautés concernant les perceptions et pratiques liées aux MGF et les transformations induites auprès des jeunes, des femmes, des familles, des leaders religieux et coutumiers et des communautés sont documentés ; 2- Les approches, innovations et mécanismes ayant contribué aux changements observés et bonnes pratiques sont capitalisées ; 3- Les progrès enregistrés dans l'implication et la coordination des services étatiques et des partenaires sont documentés ; 4- Une série de récits de personnages est produite. 5- Les éléments de durabilité des interventions sont documentés et mis en valeur, notamment à travers des exemples d'appropriation par les acteurs gouvernementaux, les communautés et les individus devenus des agents de changement.
Description de la mission	L'agence travaillera en étroite collaboration avec l'UNICEF, le Ministère de la Famille, de l'Action sociale et des Solidarités, etc et élaborera une méthodologie détaillée et un plan de travail. Pour ce faire, l'agence devra : 1- Procéder à la revue documentaire, incluant les Rapports du Programme conjoint, les Études et Evaluations réalisées, les Rapports de capitalisation et les données issues des outils de mesure du changement des normes sociales ; 2- Présenter un concept clair de communication pour atteindre les objectifs ci-dessous décrits, à travers la production de contenus créatifs et engagés, en formats vidéo, photo ou autres, mettant en lumière les changements observés dans les communautés sur les perceptions et pratiques liées aux MGF et les transformations induites auprès des jeunes, des femmes, des familles, des leaders religieux et coutumiers et des communautés ;

	3- Proposer des produits à développer sur les approches, innovations et mécanismes ayant contribué aux changements observés et bonnes pratiques, aux progrès enregistrés dans l'implication et la coordination des services étatiques et des partenaires ; 4- Procéder au ciblage de personnages dans les régions de Kédougou, Matam, Tambacounda et Sédhiou pour le développement d'une série de récits.
Produits livrables	1- Le concept de communication incluant la méthodologie et le chronogramme ; 2- La production d'une vidéo sur les changements observés et les bonnes pratiques : Concept narratif et proposition de traitement créatif (script et storyboard). Une vidéo finalisée, d'une durée maximale de 3,5 minutes disponible en deux versions : version wolof avec sous-titrage en français et version française avec sous-titrage en anglais. Versions adaptées aux plateformes digitales (formats horizontaux et verticaux si nécessaire). 3- La production d'une vidéo sur les progrès notés dans l'implication et la coordination des services étatiques et des partenaires : Concept narratif et proposition de traitement créatif (script et storyboard). Une vidéo finalisée, d'une durée maximale de 3,5 minutes disponible en deux versions : version wolof avec sous-titrage en français et version française avec sous-titrage en anglais. Versions adaptées aux plateformes digitales (formats horizontaux et verticaux si nécessaire). 4- La réalisation de 40 portraits photographiques artistiques de personnages qui ont impulsé les changements dans la communauté : 40 fichiers audio (1 min max chacun) accompagnant chaque portrait photo, avec transcription écrite. Les fichiers sont livrés en haute résolution + formats digitaux. Chaque photo est accompagnée d'une légende incluant le nom de la personne, la ville et une petite description de son profil. 5- La contractualisation avec une télévision pour la production et diffusion d'une émission lors de la journée internationale Tolérance zéro MGF : Le concept aura pour objectif de permettre la documentation des bonnes

pratiques et changements tout en mettant l’accent sur le plaidoyer. L’émission sera alimentée par des reportages de terrains et donnera l’occasion d’engager le débat sur les défis rencontrés dans la mise en œuvre du programme conjoint pour l’abandon des MGF. L’agence fournira à UNICEF Sénégal les reportages finalisés, en HD et format web, les making-of vidéos, les fichiers sources (rush, fichiers de projet, images, sons, etc.)

Elle proposera aussi un plan de diffusion digitale (via les canaux UNICEF, partenaires, etc.) avec éléments promotionnels (visuels, bande-annonce, teasers).

6- **La production de supports de communication** : il sera demandé à l’agence de proposer une série de visuels pour accompagner les activités du Programme conjoint sur les MGF. Ces supports sont composés des éléments suivants :

- Deux banderoles de 3m x 1,5m
- Un fond de scène
- Deux kakemonos
- Un lot de 500 carnets de notes petit format

Ces supports de communication devront conçus pour un usage multiple.

Chronogramme des livrables :

#	Livable	Echéance
	Le concept de communication incluant la méthodologie et le chronogramme	15 novembre 2026
	La production d’une vidéo sur les changements observés et les bonnes pratiques	15 décembre 2026
	La production de supports de communication	15 décembre 2026
	La réalisation de 40 portraits photographiques artistiques de personnages qui ont impulsé les changements dans la communauté	15 décembre 2026
	La production d’une vidéo sur les progrès notés dans l’implication et la coordination des services étatiques et des partenaires	15 janvier 2027
	La contractualisation avec une télévision pour la production et diffusion d’une émission lors de la journée internationale Tolérance zéro MGF	15 janvier 2027
	Rapport final	28 février

Exigences en matière de rapports	L'agence doit fournir un rapport narratif détaillé sur le déroulement de mission avec la liste complète des personnes ressources rencontrées sur le terrain avec leur contacts, téléphoniques et emails. L'agence doit fournir les fichiers en haute définition et aux formats adaptés à toutes les plateformes digitales. Elle doit pouvoir travailler en français et en anglais.
Lieu et Durée	Période : 02 novembre 2026 au 31 mars 2027 Lieu : Dakar, Kédougou, Salémata, Matam, Goudomp, Sédhiou, Bounkiling
Expérience professionnelle requise	L'agence devra démontrer : • Une expérience avérée dans la production audiovisuelle journalistique ou documentaire, avec au moins 3 projets similaires réalisés pour des agences Nations-Unies ou ONG internationales ; • Une capacité à gérer des productions sur le terrain ; • Une connaissance du storytelling digital : formats courts, dynamiques, adaptés aux réseaux sociaux ; • Une expérience avérée en création de campagnes vidéo de sensibilisation, artistiques ou narratives, à fort impact social ; • Une capacité à produire des vidéos émotionnelles et créatives, avec un fort potentiel de viralité ; • Une connaissance des enjeux liés à l'égalité de genre, aux droits des filles et aux normes sociales, en Afrique de l'Ouest et au Sénégal en particulier ; • Une expérience solide dans la photographie, documentaire ou artistique, notamment en milieux communautaires ; • Une maîtrise de la photographie de portrait, avec une direction artistique cohérente ; • Une capacité à produire du contenu photographique prêt pour l'impression/exposition et le digital ; • Une expérience dans l'enregistrement de témoignages audio et la collecte de récits personnels dans un cadre éthique ; L'agence retenue doit : • Avoir mené des projets similaires, idéalement dans des contextes sociaux marqués par un ancrage de certaines normes sociales, y compris les MGF ; • Être capable de travailler et se déplacer dans les régions ciblées (Kédougou, Matam, Dakar, Sédhiou). • Intégrer une approche respectueuse, éthique et participative dans le processus de production ;

	• Respecter les principes de safeguarding et de PSEA de l'UNICEF et s'assurer de l'obtention des accords nécessaires pour la prise de photo/vidéo, en alignement avec les formulaires existants de l'UNICEF (sera fourni par UNICEF avant que la mission débute).
Processus et méthodes d'évaluation	Les propositions devront inclure, pour chaque lot distinct : Une offre technique (format Word, PDF ou Powerpoint), composée de : • une description de la compréhension de la mission • Une note méthodologique détaillée, incluant la démarche de création (de la conception à la livraison), les approches proposées (artistiques, narratives, techniques) et le plan de gestion de projet, incluant le calendrier détaillé. • Les CVs et expériences de l'équipe proposée. • Le portfolio de l'agence et exemples de réalisations de campagnes, projets ou initiatives similaires en lien avec le(s) lot(s) retenus. • Les documents administratifs à jour. • Au moins deux attestations de bonne fin d'exécution pour des services similaires. • Des lettres de référence/recommandations, si disponibles. Une offre financière (en hors taxes, hors TVA) avec un budget prévisionnel et les éléments suivants : • Prix détaillé pour chaque rubrique et lignes d'activités, avec un montant total par ligne, afin de permettre à l'UNICEF d'ajuster le budget si nécessaire. • Le montant total proposé. • La durée de validité de l'offre. A noter que l'UNICEF n'accepte pas de lignes de budget « imprévus », toutes les lignes doivent être en lien avec les TDRs et justifiées pour la mise en œuvre d'une activité. Évaluation des propositions : l'évaluation des propositions se fera selon le principe du rapport qualité/prix, avec une pondération de 70 % pour l'offre technique et de 30 % pour l'offre financière. L'offre technique sera évaluée sur 100 points. Seules les offres ayant obtenu le minimum requis de 60 points sur 100 à l'évaluation technique seront considérées pour l'évaluation financière. Le score technique obtenu sur 100 sera ensuite pondéré à 70 % dans le calcul du score final. L'attribution du contrat se fera au soumissionnaire ayant satisfait au seuil technique et obtenu le score combiné le plus élevé.

	1. Évaluation technique – notation sur 100 points ; minimum requis : 60/100 pour être considéré pour l'évaluation financière ; pondération dans le score final : 70 % : • Compréhension de la mission & qualité de la méthodologie proposée (20 points) : capacité à proposer une stratégie claire, structurée et réaliste pour atteindre les résultats attendus, démontrant une bonne compréhension des enjeux du projet, des populations cibles, et des standards UNICEF (notamment éthique, protection de l'enfant, PSEA) ; • Créativité, originalité et pertinence des formats proposés (30 points) : pertinence du concept créatif, originalité des formats proposés, cohérence avec les objectifs de sensibilisation et d'engagement du public cible, qualité des propositions artistiques (storyboard, style visuel ou audio, narration, etc.) ; • Expérience avérée de l'agence dans des projets similaires (30 points) : pertinence et qualité des références fournies (portfolio, projets antérieurs similaires), niveau d'expérience dans la production multimédia (vidéos ou photos), exemples de campagnes de sensibilisation passées, diffusion digitale, expérience sur des sujets relatifs aux normes sociales ou sensibles ; • Composition et expertise de l'équipe proposée & capacité logistique (20 points) : compétences des membres clés (CVs fournis), capacité à intervenir dans les régions ciblées (mobilité, coordination terrain, disponibilité) et documents administratifs en règle. 2. Évaluation financière – notation sur 30 points ; pondération dans le score final : 30 % • L'évaluation financière sera effectuée uniquement pour les propositions ayant obtenu au moins 60 points sur 100 à l'évaluation technique. • Le score financier sera calculé sur la base de la formule suivante : • $\text{Score financier} = (\text{offre financière la moins-disante} \div \text{offre financière du soumissionnaire}) \times 30.$ 3. Pondération et score final • Score technique pondéré : (score technique obtenu sur 100) $\times$ 70 %. • Score financier : maximum 30 points, soit 30 % du score final. L'offre finale sera sélectionnée en fonction du meilleur score combiné (technique + financier). L'UNICEF se réserve le droit de supprimer des lignes d'activités avant la signature du contrat si la totalité du budget propose excède le budget disponible.
--	---

Questions administratives	UNICEF fournit les thématiques, angles, orientations, les contacts et mise en relation avec les personnes ressources dans le pays quand nécessaire.			
	L'agence sera invitée à fournir un coût global dans la proposition financière et devra prendre en compte toutes les incidences financières pour le service / la mission requise.			
Échéancier de paiement	#	Livrable	Echéance	% avance
		Le concept de communication incluant la méthodologie et le chronogramme	15 novembre 2026	30%
		La production d'une vidéo sur les changements observés et les bonnes pratiques	15 décembre 2026	30%
		La production de supports de communication	15 décembre 2026	
		La réalisation de 40 portraits photographiques artistiques de personnages qui ont impulsé les changements dans la communauté	15 décembre 2026	
		La production d'une vidéo sur les progrès notés dans l'implication et la coordination des services étatiques et des partenaires	15 janvier 2027	30%
		La contractualisation avec une télévision pour la production et diffusion d'une émission lors de la journée internationale Tolérance zéro MGF	15 janvier 2027	
	Rapport final	28 février	10%	