



## DEMANDE DE PROPOSITION POUR LE RECRUTEMENT D'UN.E PRESTATAIRE OU AGENCE DE COMMUNICATION POUR LA DOCUMENTATION MULTIMÉDIA DU PROJET DE COCRÉATION POUR LA RÉDUCTION DU PALUDISME

<b>Projet:</b>	Community Cocreating for Change
<b>Objet</b>	Selection d'un.e prestataire en communication ou agence de communication
<b>Reference</b>	DP- CC4C/CHAI - BJ/2025/001
<b>Durée</b>	Aout et Décembre 2025
<b>Zones</b>	Les villages de Kotopounga(Natitingou), Covedji (savalou), Edjebemegon (bohicon)
<b>Partenaire d'implémentation du projet</b>	La fondation Batonga

### 1. Contexte du projet

CHAI est une organisation mondiale de santé engagée à sauver des vies et à réduire le fardeau des maladies dans les pays à revenu faible et intermédiaire, tout en renforçant les capacités des gouvernements et du secteur privé de ces pays pour créer et maintenir des systèmes de santé de haute qualité qui peuvent réussir sans notre aide. Dans le cadre de son partenariat avec la Fondation Batonga, il est mis en œuvre une initiative dénommée Community Co-Creating for Change (CC4C). Elle vise à transformer la lutte contre le paludisme au Bénin en adoptant une approche participative centrée sur les différents segments des communautés dans trois villages notamment Kotopounga, Covedji et Edjebemegon situés respectivement dans les communes de Natitingou, Savalou et Bohicon.

En effet, le paludisme demeure la principale cause de mortalité chez les enfants de moins de 5 ans et de morbidité chez les adultes, avec une prévalence croissante notée ces dernières années au Bénin. Ladite recherche se fixe pour objectif de développer une stratégie de collaboration avec les communautés locales pour une amélioration de leur engagement dans la lutte afin d'obtenir un impact significatif des politiques publiques de lutte contre le paludisme au Bénin. Ce projet mobilise les communautés locales autour d'initiatives participatives visant à améliorer le recours aux soins et à renforcer la prévention. Il s'appuie sur l'approche Census-Based Impact Oriented (CBIO), centrée sur la connaissance fine des communautés et l'engagement communautaire à chaque étape du processus.

Dans le but de mieux documenter les processus, les dynamiques communautaires et les résultats concrets du projet, il est prévu de recruter



un·e prestataire ou une agence de communication multimédia. Celui-ci/elle aura pour mission de valoriser les actions menées sur le terrain à travers la production régulière de contenus visuels et narratifs à fort impact. L'approche attendue s'inspire du journalisme narratif, combinée à des outils participatifs tels que le *photovoice*, les témoignages, les histoires de vie ou encore les études de cas. Il s'agira de capturer et de restituer les changements sociaux, sanitaires et comportementaux observés par les communautés elles-mêmes, à partir de récits authentiques et ancrés dans leur vécu quotidien.

Une attention particulière sera accordée à la mise en lumière des contributions des membres des *Care Groups*, acteurs clés du projet, dont l'engagement constitue le moteur des initiatives communautaires.

## 2. Objectifs et résultats attendus de la mission

### ➤ Objectifs de la mission

Produire et diffuser des contenus multimédias (photos, vidéos, blogs, et études de cas) pour illustrer et valoriser le processus de cocréation en lien avec la lutte contre le paludisme dans les villages ciblés, en langue française et anglaise, et constituer une base d'archives visuelles et narratives pour le projet.

Il s'agira de façon spécifique de:

- **Documenter les dynamiques de co-création communautaire** à travers la production de contenus multimédias (photos, vidéos, récits) reflétant les initiatives locales de lutte contre le paludisme dans les villages ciblés.
- **Mettre en valeur les témoignages et expériences vécues** des acteurs du projet (bénéficiaires, membres des Care Groups, autorités locales, responsables de santé, etc.), en illustrant les changements sociaux, sanitaires et comportementaux induits par le projet.
- **Produire des contenus narratifs et visuels de qualité**, en français et en anglais, adaptés à différents formats de communication (vidéos courtes, blogs, galeries photos, études de cas), selon une approche journalistique participative.
- **Constituer une base d'archives visuelles et narratives** permettant de retracer l'évolution du projet et de soutenir les actions de plaidoyer, de capitalisation et de communication stratégique.
- **Fournir des analyses éditoriales et suggestions de valorisation** à travers des rapports synthétiques après chaque mission terrain

### ➤ Résultats attendus



Le/la prestataire devra fournir :

- Des vidéos courtes (2 à 3 minutes) en français et en anglais, illustrant les dynamiques communautaires, les innovations du projet, et les témoignages des bénéficiaires ou acteurs communautaires ;
- Des blogs narratifs racontant l'évolution du projet et mettant en lumière les éléments de cocréation et d'impact local ;
- Une galerie photo de qualité professionnelle (minimum 10 photos par activités suivies), bien légendée, valorisant les actions de terrain ;
- Au moins une étude de cas mettant l'accent sur les changements induits dans la communauté ;
- Un rapport synthétique de chaque mission avec les messages clés captés, les angles de communication et les suggestions éditoriales est disponible ;

### 3. Durée et calendrier

Il s'agit de deux missions d'environ deux semaines chacune. La 1ère se fera en Aout 2025, et la 2ème en décembre 2025.

### 4.Méthodologie

L'agence de communication recrutée devra adopter une démarche structurée, sensible au contexte local, et conforme aux principes de **cocréation communautaire** portés par le projet. La méthodologie suivra les étapes suivantes :

#### ➤ **Cadrage initial avec l'équipe projet**

- Après l'identification du prestataire, une **séance de cadrage** sera organisée avec l'équipe CHAI pour clarifier les attentes spécifiques, les formats, les priorités thématiques et les échéances.
- Cette séance permettra également de discuter des ajustements éventuels à prendre en compte avant la signature finale du contrat.
- Un **rapport de cadrage** rédigé par le prestataire devra en résumer les points clés (objectifs, approche, livrables, calendrier, validations, etc.).

#### ➤ **Élaboration du plan de production**

- Rédaction d'un **plan de production détaillé** incluant :
  - Les activités à couvrir,
  - Les profils à interviewer,
  - Les zones géographiques ciblées,
  - Le planning terrain et post-production.
- Présentation d'un **brief créatif** définissant les partis pris esthétiques et narratifs : ton, formats, langues, identité visuelle, etc.

#### ➤ **Approches méthodologiques intégrées**



Le prestataire devra combiner une **approche journalistique narrative** (centrée sur l'humain) et des **techniques de communication participative**, incluant :

- **Histoires de vie** : récit du quotidien de bénéficiaires (familles, femmes, jeunes, leaders communautaires), parcours inspirants de membres de Care Group, de leaders, d'un agent.e de collecte de données lors de la baseline (un.e relais communautaire de préférence) ou d'agents de santé.
- **Entretiens approfondis avec:**
  - Des leaders communautaires (chefs de village, chefs de postes de santé, chefs religieux, membre du comité de gestion des marches, chef.fe d'arrondissement etc...),
  - Des représentants des structures décentralisées ayant pris part à la mise en œuvre des activités du projet,
  - Des bénéficiaires directs du projet (membre de la communauté de chacun des trois villages d'intervention).
- **Photovoice** : formation et accompagnement des membres de la communauté à la prise de photos témoignant de leur vécu, des changements observés ou des défis quotidiens.
- **Témoignages vidéo ou audio** : captation en contexte, dans un style authentique et immersif.
- **Mini-documentaires thématiques** : montages courts (3-5 minutes) centrés sur des histoires concrètes ou des activités phares.
- **Études de cas thématiques** : illustrant des sujets spécifiques tels que l'hygiène, l'assainissement, les visites à domicile, la mobilisation communautaire ou l'utilisation des latrines à Kotopounga.
- **Collecte et production des contenus**
  - Captation sur le terrain (photos, vidéos, sons, récits), avec respect des protocoles éthiques et de consentement.
  - Traitement, montage et postproduction des contenus conformément aux spécifications techniques (voir section Livrables).
  - Intégration des visuels et données pour enrichir les récits produits.
- **Validation et archivage**
  - Présentation des contenus provisoires pour validation par l'équipe CHAI à la fin de chaque mission
  - Intégration des retours.
  - Séance de synthèse après la 2eme mission
  - Transmission de:
    - Tous les livrables finalisés,



- Tous les fichiers bruts (photos, rushes vidéo, pistes audio, textes),
- Une **archive structurée** et exploitable pour une capitalisation ultérieure.

## 5. Livrables

### □ Contenus audiovisuels

- **3 à 5 documentaires courts** (3 à 5 minutes chacun) illustrant des changements concrets au sein des communautés.
- **1 vidéo de synthèse** (2 à 3 minutes, sous-titrée en français et en anglais).
- **Capsules audio/radio ou podcasts**, issus des témoignages recueillis.
- Tous les fichiers vidéo devront être livrés en **format .MP4, haute définition**, avec **sous-titres intégrés**.

### □ Contenus narratifs et visuels

- **Série de témoignages écrits** (blogs ou articles), rédigés sous forme de récits illustrés.
- **Au moins 3 études de cas approfondies**, alliant données et récits, accompagnées :
  - D'un blog illustré,
  - De 10 à 15 photos légendées par activité.
- **Banque d'images** issues du terrain (incluant le photovoice), en format .JPG haute résolution, avec légendes précisant le lieu, la date, l'activité, et l'identité des personnes si autorisées.

### □ Archivage et accessibilité

- Fourniture de **tous les fichiers bruts** (photos, vidéos, audios, textes) à la fin de chaque mission.
- Création d'une **archive structurée** et facilement exploitable pour une réutilisation dans les rapports finaux et autres supports de communication.

5.



## 5. Activités par mission

Num	Activités à mener	Personne responsable	Personnes impliquées	Lieu	Période	Livrables attendus
1	<p>-Participer à l'organisation des activités objet de la mission pour mieux comprendre le contenu de chaque activité et se familiariser aux intervenants</p> <p>-Prendre part à 4 VaD</p> <p>-Suivre la séance sur les bonnes pratiques et leçons apprises sur le projet,</p> <p>-Echanger avec les bénéficiaires du projet (ceux utilisant les latrines par ex)</p> <p>-Echanger avec les CG/leaders et prendre part à l'une de leur réunion</p> <p>Former certains membres de la communauté sur le photovoice</p>	Prestataire ou agence de communication	CHAI, Batonga (Cheffes d'antennes, Facilitateurs communautaires) Structures décentralisées de l	Bureau de CHAI, DDS, Antenne debatonga	Aout	<p><b>Série de témoignages écrits</b> (blogs ou articles), rédigés sous forme de récits illustrés</p> <p><b>Capsules audio/radio ou podcasts</b>, issus des témoignages recueillis.</p> <p><b>Au moins 2 études de cas approfondies</b>, alliant données et récits, accompagnées :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ D'un blog illustré,</li> <li>○ De 10 à 15 photos légendées par activité suivie.</li> </ul> <p><b>Banque d'images</b> issues du terrain (incluant le photovoice), en format .JPG haute résolution</p>



2	Discuter avec les points focaux du projet au niveau des structures décentralisées de l'état et au niveau national, -Prendre des témoignages significatifs sur chaque -suivi de la endline -capture sur les émissions radios	Prestataire ou agence de communication			<p>-1 vidéo de synthèse (2 à 3 minutes, sous-titrée en français et en anglais).</p> <p>1 étude de cas approfondie, alliant données et récits, accompagnées :</p> <p>De 10 à 15 photos légendées par activité suivi.</p> <p>2 documentaires courts (3 à 5 minutes chacun) illustrant des changements concrets au sein des communautés.</p>
---	--	--	--	--	---

## 6. Profil recherché

- Avoir un diplôme de Bac +3 en marketing digital, marketing et communication d'entreprise ou tout autre diplôme équivalent
- Expérience professionnelle d'au moins 5 ans avérée en communication de développement, documentation de projets communautaires, ou communication humanitaire ou dans un rôle similaire dans des contextes de santé publique, développement rural ou action humanitaire ;
- Compétences confirmées en production audiovisuelle (prise de vue, montage, sous-titrage bilingue (FR/EN), avec une bonne maîtrise d'outils comme Adobe Première Pro, Final Cut Pro, Photoshop, Canva ou équivalent ; et en rédaction de contenus engageants (blogs, récits de projet, photos professionnelles, vidéos courtes, reportages) pour des ONG, agences de développement, ou projets financés par des bailleurs internationaux ;
- Bonne compréhension des approches participatives ou communautaires ; la connaissance de l'approche Census-Based Impact Oriented (CBIO) est un atout majeur ;
- Capacité à interagir avec des communautés rurales avec sensibilité et respect culturel ;
- Maîtrise du français et de l'anglais à l'écrit et à l'oral ;
- Capacité à travailler de manière autonome, à respecter les délais, et à coordonner efficacement avec une équipe multidisciplinaire à distance ;
- Sens de l'organisation, rigueur dans l'archivage des données et confidentialité dans l'usage des contenus captés.
- Excellente capacité de rédaction narrative en français, avec aptitude à produire des récits engageants, compréhensibles par un public non technique ;
- Expérience de travail direct avec des communautés locales, en particulier en milieu rural, avec sensibilité aux aspects culturels, éthiques et aux dynamiques communautaires ;
- Bonne connaissance des approches participatives ou basées sur les droits. Une familiarité avec l'approche CBIO (Census-Based Impact Oriented) est un atout différenciant ;
- Droits d'utilisation et propriété intellectuelle

NB: tous les contenus produits (photos, vidéos, textes) seront la propriété exclusive de Clinton Health Access Initiative (CHAI), avec droit d'usage illimité pour diffusion, capitalisation ou plaidoyer.

## 7. Modalités de collaboration



- Le/la prestataire ou agence de communication travaillera en étroite collaboration avec l'équipe projet à Clinton Health Access Initiative) et celle de la fondation Batonga (point focal du projet chefs d'antennes Natitingou, Savalou et Bohicon) ;
- Les contenus seront validés par l'équipe projet avant diffusion ;
- Un contrat de prestation sera signé avec un calendrier clair de livrables et des modalités de paiement définies par tranche après validation des produits livrés ;
- le prestataire ou l'agence de communication inclura dans son offre sa prise en charge les frais de déplacement, d'hébergement sur le terrain;
- la coordonnatrice du projet à CHAI pourra être dans la mesure du possible aux côtés du prestataire sur le terrain pour le déroulement de chacune des deux missions.

## 8. Critères de sélection

La méthode d'évaluation est celle fondée sur la qualité et le cout (SFQC). L'offre technique est pondérée à 75% et l'offre financière à 25%. Une offre pour être jugée conforme doit obtenir une note technique minimale de 70 points/100. Les offres n'ayant pas obtenu cette note minimale ne seront pas retenues pour la suite de l'évaluation.

Une grille d'évaluation sera utilisée pour sélectionner le/la prestataire le/la plus qualifié.e. Les critères incluent :

Critère	Points
<b>Qualifications et Expérience</b>	<b>45</b>
Formation académique Bac +3 en marketing digital, marketing et communication d'entreprise ou tout autre diplôme équivalent	10
Expérience professionnelle d'au moins 5 ans avérée en communication de développement, documentation de projets communautaires, ou communication humanitaire ou dans un rôle similaire dans des contextes de santé publique, développement rural ou action humanitaire	10
Compétences confirmées en production audiovisuelle (prise de vue, montage, sous-titrage bilingue (FR/EN), avec une bonne maîtrise d'outils comme Adobe Première Pro, Final Cut Pro, Photoshop, Canva ou équivalent ; et en rédaction de contenus engageants (blogs, récits de projet, photos professionnelles, vidéos courtes, reportages)	15
Expérience de travail avec des ONG, agences des Nations Unies, gouvernements ou institutions internationales.	10
<b>Approche méthodologique</b>	<b>55</b>



Compréhension du projet : Capacité à démontrer une compréhension claire des objectifs du projet et des attentes des parties prenantes.	15
Méthodologie proposée : Qualité et pertinence de la méthodologie proposée pour atteindre les objectifs du projet, incluant les étapes de planification, mise en œuvre, et suivi.	25
Plan de travail détaillé : Clarté et réalisme du plan de travail proposé, incluant les délais et les ressources nécessaires.	15
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

L'attribution sera effectuée à l'offre ayant obtenu le score combiné le plus élevé (la somme de la note technique pondérée et la note financière pondérée)

## 9. Considérations éthiques et protection des participants

Le prestataire ou l'agence de communication retenue devra impérativement respecter des principes éthiques stricts dans toutes ses interventions. Cela inclut notamment :

- Le respect de la confidentialité des informations partagées par les membres des communautés, en veillant à ne diffuser aucune donnée sensible ou identifiable sans autorisation écrite préalable de CHAI ;
- La garantie du consentement libre, éclairé et documenté de toute personne impliquée dans les activités de communication (témoignages, images, vidéos, etc.), et en particulier les membres vulnérables des communautés ;
- La protection de la vie privée des participants, y compris par la mise en place de mécanismes clairs d'anonymisation, de sécurisation des données collectées, et de respect du droit à l'image ;
- L'engagement à ne pas nuire à la dignité, à l'intégrité ou à la réputation des individus ou des communautés concernées.

Les prestataires ou agences soumissionnaires devront présenter, dans leur proposition technique, les mécanismes et stratégies spécifiques qu'elles comptent mettre en œuvre pour répondre à ces exigences.

## 10. Dossier de candidature

### 10.1. Pièces administratives

#### a. Personne physique

- Une copie du ou des diplômes requis (minimum Bac +3 en marketing digital, marketing, communication, etc.)
- Un CV actualisé avec au moins **3 références professionnelles**



- Les **preuves d'expériences** de missions similaires (attestation de travail, attestation de bonne fin d'exécution, attestation de service fait, etc.)
- Photocopies des **certifications obtenues**

**b. Personne Morale ( cabinet, agence de communication ou autres structures)**

- Une **copie du registre de commerce** ou tout document équivalent attestant de l'existence légale
- Une **copie du numéro IFU**
- Une **attestation de non-faillite à jour**
- Une **attestation de régularité fiscale à jour**
- Une **présentation de la structure** (raison sociale, adresse, contacts, personnel clé, etc.)
- Les **preuves d'expériences** pertinentes (attestations de services rendus, bonnes fins d'exécution, références de clients, etc.)

**NB : Pour les personnes morales, la présence ou la validité de ces documents n'est pas éliminatoire à l'étape d'évaluation. Toutefois, tout soumissionnaire retenu dont certaines pièces seraient périmées ou manquantes devra impérativement régulariser sa situation avant la signature du contrat.**

**10.2. Dossier technique (*identique pour les deux catégories*)**

**Le dossier technique doit contenir :**

- Une proposition démontrant la compréhension claire des termes de référence (TDR) et des objectifs du projet
- La méthodologie proposée, avec détails sur les étapes de planification, mise en œuvre, suivi et validation des contenus
- Le plan de travail détaillé avec calendrier, ressources mobilisées et organisation des descentes sur le terrain
- Description des équipements et logiciels disponibles (ex : Adobe Première Pro, Final Cut Pro, Photoshop, Canva, etc.)
- Un portfolio ou exemples de réalisations similaires (liens ou fichiers)
- Les mécanismes proposés pour garantir la confidentialité, le consentement éclairé, et la protection des participants
- Toute autre information pertinente démontrant la capacité à réaliser la prestation dans le respect des critères éthiques

**10.3. Dossier Financier (*identique pour les deux catégories*)**

- Offre financière détaillée, incluant :



- Honoraires
- Frais remboursable (déplacement, hébergement et autres dépenses liées aux missions terrain)
- Toute autre charge ou coût associé

## 11. Condition de soumission

### ➤ DEMANDE D'INFORMATIONS

Les demandes d'éclaircissement et les questions relatives à la présente demande de proposition doivent être adressées par courriel à [beninprocurement@clintonhealthaccess.org](mailto:beninprocurement@clintonhealthaccess.org) chaque jour de 08 h à 17h jusqu'au 28 juillet.

### ➤ Délai et adresse de soumission

Les propositions en réponse à la présente demande de proposition doivent être adressées par courriel à [beninprocurement@clintonhealthaccess.org](mailto:beninprocurement@clintonhealthaccess.org), au plus tard le **30 Juillet 2025 à 18 heures 00 minutes précises, heure locale**. CHAI accusera réception de la proposition par retour de courriel. Les propositions reçues après cette date et heure ne seront pas acceptées.

Les offres doivent être soumises par voie électronique à : [beninprocurement@clintonhealthaccess.org](mailto:beninprocurement@clintonhealthaccess.org) avec en objet, la mention : DP-CC4C/CHAI - BJ/2025/001 - Sélection d'un.e prestataire en communication ou agence de communication



## Annexe 1: FORMULAIRE DE DECLARATION DE CONFLITS D'INTERETS

---

### 1. Informations Générales

Nom de l'Entreprise Soumissionnaire :

Adresse :

Téléphone :

Adresse Email :

Nom du Représentant :

Titre du Représentant :

### 2. Description de l'Appel d'Offres

Titre de l'Appel d'Offres :

Numéro de Référence de l'Appel d'Offres :

Date de Soumission :

### 3. Déclaration de Conflits d'Intérêts

Nous, soussignés, déclarons par la présente que :

Nous avons examiné les documents de l'appel d'offres et comprenons les obligations en matière de déclaration de conflits d'intérêts.

À notre connaissance, aucun des membres de notre entreprise ou de nos partenaires ne se trouve dans une situation de conflit d'intérêts direct ou indirect avec **Clinton Health Access Initiative (CHAI)** ou ses affiliés en ce qui concerne cet appel d'offres.

Nous n'avons aucune relation professionnelle, personnelle, financière ou autre avec les membres de la direction, du conseil d'administration, ou du personnel de **Clinton Health Access Initiative (CHAI)** qui pourrait influencer notre capacité à exécuter le contrat de manière impartiale et objective.

Nous n'avons pas fourni, et ne fournirons pas, de cadeaux, d'avantages ou de gratifications de quelque nature que ce soit à quiconque en rapport avec cet appel d'offres.

Nous nous engageons à divulguer immédiatement à **Clinton Health Access Initiative (CHAI)** toute situation ou relation potentielle qui pourrait être perçue comme un conflit d'intérêts pendant la durée de l'appel d'offres ou du contrat.

Nous reconnaissons que le non-respect de cette déclaration peut entraîner notre disqualification de l'appel d'offres ou la résiliation du contrat si un conflit d'intérêts est découvert après l'attribution.

**Nom du Représentant :**

**Titre :**

**Date :**

**Signature:**