**Termes de Référence pour un appel d’offre : Formateur en communication digitale et création de contenu photo et vidéo (consultant national)**

Le Fonds des Nations Unies pour l’Enfance (UNICEF) est une agence des Nations Unies qui a commencé sa mission en 1946 pour venir en aide aux enfants d’Europe et d’Asie affectés par la seconde guerre mondiale. Son mandat fut rapidement élargi et il a commencé à aider les enfants dont les vies étaient menacées dans les pays en développement. Près de 70 années plus tard, l’UNICEF emploie plus de 13,000 personnes dans 190 pays et territoires du monde entier. Neuf membres du personnel sur 10 travaillent avec les gouvernements locaux et nationaux et d’autres partenaires, partout dans le monde.

Tout au long de son histoire, l’UNICEF a donné la priorité à la réalisation des droits intrinsèques de l’enfant, à une qualité de vie de base, des droits que les dirigeants de la communauté internationale ont précisés dans la [Convention relative aux Droits de l’Enfant](https://www.unicef.org/french/crc/crc.htm) (CDE).  L’UNICEF fonde ses activités sur son expérience considérable et de solides recherches, constamment mises à jour, et intervient pour aider les enfants à bénéficier d’un bon départ dans la vie, à survivre et à s’épanouir – en particulier lors des situations d’urgence – et à aller à l’école.

## Contexte

Depuis 1975, des milliers de personnes en provenance du Sahara Occidental se sont réfugiées en Algérie, le pays hôte reconnaissant à ces populations le statut de réfugiés (prima facie) les protégeant contre le refoulement et leur donnant accès à une assistance humanitaire de base. Pendant un peu plus d'une décennie, le gouvernement algérien a assumé seul la charge logistique et financière de la crise des réfugiés avant de solliciter le soutien de l'ONU et de la communauté internationale en 1986. Le Haut-Commissariat des Nations Unies pour les Réfugiés (HCR), le Programme Alimentaire Mondial (PAM) et l'UNICEF sont naturellement intervenus rapidement dans les cinq camps situés dans la province de Tindouf. Situés dans une zone désertique aux terres arides et reliés aujourd’hui par des routes goudronnées, les camps n'offrent que peu d’opportunités de travail, de moyens de subsistance ou d’opportunités de génération de revenus. Ceci laisse la population dans un état de résilience fragile et de quasi dépendance à l'aide humanitaire pour répondre à ses besoins en matière de logement, de nourriture, de santé ou d'éducation.

Depuis 1996, du fait de son engagement fondamental pour les enfants en situation d'urgence, et en travaillant étroitement avec le HCR, le PAM et les autres partenaires humanitaires, l’UNICEF apporte son assistance aux enfants réfugiés sahraouis pour répondre à leurs besoins essentiels, supporter la résilience des populations avec une assistance technique ciblée, un renforcement des capacités et l’apport de fournitures essentielles aux enfants, y compris en période d'urgence.

L’intervention de l’UNICEF répond à des besoins humanitaires tout en s’inscrivant dans une perspective de développement en poursuivant six objectifs majeurs : améliorer la survie des nouveau-nés par le renforcement des services de santé maternelle et infantile ; promouvoir une couverture vaccinale optimale par un soutien au programme élargi de vaccination ; renforcer l’accès durable des enfants à une éducation de qualité ; promouvoir l’intégration sociale et économique des jeunes; faciliter l’inclusion des enfants vivant avec un handicap et contribuer à la réalisation des droits des enfants réfugiés.

## Justification

Aujourd’hui les progrès technologiques ont généré des sociétés dans lesquelles les individus peuvent rechercher et produire de l'information, construire des réseaux virtuels et échanger des expériences en temps réel. Les médias numériques, en particulier les plateformes sociales, sont en train de changer les façons dont les individus interagissent les uns avec les autres, leurs communautés et le monde, donnant lieu à des publics nouveaux et diversifiés. La quasi-omniprésence des personnes sur Internet, via les ordinateurs, les téléphones mobiles ou les appareils photos connectés impliquent que des milliards de personnes sont aujourd’hui potentiellement des conteurs, journalistes, critiques ou défenseurs.

Pour soutenir le changement pour les enfants, l'UNICEF - à tous les niveaux - doit cibler ces personnes comme un public émergeant et doit s'engager de façon significative avec eux, sur la façon dont la communication et la sensibilisation du public sont utilisées pour soutenir son plaidoyer pour que chacun des droits des enfants soient respectés partout et que chaque enfant, où qu’il soit, atteigne son plein potentiel.

A cet effet, et afin de renforcer la diffusion des connaissances et la promotion des droits de l’enfant, l’UNICEF Algérie procède au recrutement d’un consultant national pour la formation de la Cellule de communication du Croissant Rouge Sahraoui (CRS), dans les camps de réfugiés à Tindouf sur les techniques de communication, selon le profil défini par les présents termes de référence.

## Objectif principal

Assurer la facilitation d’un atelier en vue de renforcer les capacités des membres de la Cellule de communication du CRS sur les techniques de communication digitale et de création de contenu photo et vidéo dans le but de renforcer la diffusion des connaissances sur / et la promotion des droits de l’enfant dans les camps de réfugiés sahraouis et de visibiliser les actions conjointes UNICEF – CRS.

## Objectifs spécifiques

* Renforcer les capacités des membres de la Cellule de communication du CRS afin de les doter des compétences nécessaires en matière de principes directeurs pour le reportage éthique sur les enfants (avec le soutien de l’UNICEF)
* Renforcer les capacités des membres de la cellule de communication du CRS en matière de création de contenu photos et vidéos
* Mobiliser les membres de la Cellule de communication du CRS sur leur rôle dans la visibilité des actions menées par le CRS en collaboration avec les agences des Nations-Unies actives dans les camps

## Description des modules de formation (proposition)

Sous la supervision directe du Chargé de Communication de l’UNICEF, le consultant formera les membres de la Cellule de communication du CRS à ce qui suit :

1. STRATÉGIE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

* Les objectifs et les résultats concrets attendus
* Quel réseau pour quel message, pour quelle cible

1. LIGNE EDITORIALE ET MISE EN PLACE EN PLACE D’UNE MÉTHODE DE PUBLICATION SUR LES RESEAUX SOCIAUX

* Règles de base de la communication écrite en ligne : Objectif, cible et message
* Ligne éditoriale et calendrier de publications

1. LIGNE GRAPHIQUE SUR LES RESEAUX SOCIAUX

* L’importance du graphisme pour la création de contenu
* Les outils gratuits pour créer des visuels réseaux sociaux
* Introduction aux logiciels de création de contenu Adobe
* Photoshop : réalisation et modification d’images
* InDesign : mise en page pour la réalisation de flyers ou autre
* Premiere Pro : montage et réalisation de vidéo

1. MESURER LES IMPACTS DE SA COMMUNICATION SUR LES RÉSEAUX

## Méthodologie

La méthodologie pour cette formation devra être participative, reposant sur l’implication effective de l’ensemble des participants au déroulement de cet atelier à travers notamment :

* Présentations théoriques
* Etudes de cas pratiques : sur la base de cas précis relevant des bonnes pratiques des organisations humanitaires
* Le consultant devra travailler en collaboration avec la Section Communication du bureau UNICEF Alger, en collaboration et avec le soutien du bureau UNICEF à Rabouni.
* La formation se déroulera en arabe

## Logistique de la formation

Le consultant devra proposer un agenda de formation sur la base des spécificités citées en point 5.

* Durée : 5 jours de formation
* Lieu : camps de réfugiés sahraouis à Tindouf.
* Période : entre le 10 NOVEMBRE et le 05 DECEMBRE 2019
* Nombre de participants : 5

## Livrables

Le consultant devra produire les éléments suivants et selon un échéancier prédéfini :

* Projet de programme et d’agenda (2 semaines avant la formation)
* Proposition de présentations, animation (2 semaine avant la formation)
* Programme final (1 semaine avant la formation)
* Documentation de formation (1 semaine avant la formation)
* Liste du matériel nécessaire (2 semaines avant la formation)
* Rapport final (7 jours après la formation)

## Qualifications / compétences requises

* Etre titulaire d’un diplôme universitaire en communication ou autres domaines pertinents au poste
* Justifier de deux années d’expérience dans son domaine de formation
* Justifier d’une expérience de formateur dans le domaine de la communication digitale et de la création de contenu.
* Avoir un engagement humanitaire fort et une adhésion aux principes de base des Nations Unies
* Avoir de bonnes capacités d’analyse, de négociation et de communication
* Être en mesure de respecter les délais et être capable de travailler dans un environnement international et multiculturel
* Disposer de solides compétences organisationnelles et être attentif aux détails
* Savoir planifier et hiérarchiser les tâches
* Avoir la capacité de travailler efficacement sous pression et dans des délais serrés
* Avoir une bonne maitrise des logiciels PAO et des technologies de l’information et de la communication
* Avoir de bonnes capacités de communication (écrite et orale) en arabe et français. La connaissance de l’espagnol serait un atout
* Toute expérience dans la mise en œuvre de projets associatifs ou à visée sociale serait un atout

## Documents à fournir lors de la soumission

Le(s) soumissionnaire(s) devra fournir les documents suivants :

1. Une offre technique explicitant la lecture que le consultant a des termes de références proposés, incluant les ajouts ou prolongements qu’il ou elle suggère d’apporter, la méthodologie qu’il/elle compte suivre pour réaliser cette consultation ainsi que le plan de travail proposé explicitant la chronologie des tâches et activités ainsi que l’estimation du nombre de jours/semaines prestées à distance ou en Algérie

* CV détaillé et actualisé
* Une lettre de motivation mettant en exergue les points forts du consultant en rapport avec la consultation
* Des références de ses travaux antérieurs en lien avec les présents Termes de Référence ; deux rapports antérieurs similaires à cette consultation seront transmis.
* Des attestations de clients sur des travaux pertinents

1. Une offre financière globale forfaitaire tenant compte de la rémunération souhaitée pour mener à bien l’ensemble de la mission sur la base des présents Termes de Reference. Tous les arrangements de voyage, y compris les assurances et les visas, seront gérés et payés par le contractant. Par conséquent, les frais de déplacement prévus doivent être inclus en tant que poste budgétaire dans la proposition financière.

Les formulaires de soumission (ici attachés), aideront l’élaboration des offres :

* Formulaire de présentation de l'offre technique
* Formulaire de présentation de l'offre financière



Il est à noter que les offres financières ne seront examinées que si les offres techniques sont jugées recevables et de qualité acceptable.

Pour finalisation du contrat, les documents suivants seront fournis pour toutes les personnes contribuant à la mission :

* Copies des diplômes universitaires et certificats de formation
* Formulaire P11 disponible sur le site de l'UNICEF : <http://www.unicef.org/about/employ/files/P11.doc>

## Date de soumission des offres

La date limite de soumission est le 18 septembre 2019.

## Evaluation des offres :

L’évaluation des offres sera faite sur la base suivante :

Score pour la proposition technique : 70 points

Score pour la proposition financière : 30 points

L’évaluation des offres financières sera faite uniquement pour les candidats ayant obtenu au moins un score de 40 points au terme de l`évaluation technique.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Critères techniques** | **Sous-critères** | **Points max : 70** |
| Réponse générale | Complétude de la réponse | 5 |
| Concordance entre la proposition et la requête | 10 |
| Lecture critique (ajouts ou modifications proposés) | 5 |
| Profil de l’expert | Variété et intensité de l’expérience avec des projets similaires | 15 |
| Référence de l’expert | 5 |
| Attestations fournies par des clients | 5 |
| Méthodologie et approche | Explication détaillée de la méthodologie retenue et des outils éventuels à utiliser | 25 |
| **Critères financiers** | **Pertinence** | **Points max : 30** |

La proposition financière doit être décomposée pour chaque partie du travail proposé. Le nombre total de points alloués pour la composante financière est de 30. Le nombre maximal de points est attribué à la proposition de prix la plus basse qui est ouverte et comparée entre les entreprises / institutions invitées qui obtiennent les points seuils lors de l'évaluation de la composante technique. Toutes les autres propositions de prix recevront des points inversement proportionnels au prix le plus bas ; par exemple :

Max. Note pour la proposition de prix \* Prix de la proposition la moins chère

Score pour la proposition de prix X =   \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Prix ​​de la proposition X

Tout dossier incomplet sera considéré comme irrecevable.

Le/les experts sera/ont recruté(s) sur la base d’un contrat individuel ou institutionnel.

Le dossier de candidature comprenant l’ensemble des documents requis devra être posté en ligne.

Le Système des Nations Unies (SNU) est attaché à la diversité et à l’intégration ; il ne tolère aucune forme d'exploitation, d'abus et de harcèlement.

Date : 27 août 2019