

**Appel d’Offre**

**Pour prestataires de service**

**Conception et mise en œuvre** **d’une campagne de sensibilisation et d’information digitale et médiatique pour promouvoir la liberté d'expression des femmes et des filles,** **à travers la lutte contre la violence à leur encontre, dans les médias à l'ère de la digitalisation****.**

**Référence** : AO#001-2022

**APPEL D’OFFRES**

**SECTION 1 : TERMES DE REFERENCES**

Dans le cadre de son projet « *Promouvoir les compétences de l'alphabétisation numérique chez les femmes et les filles tunisiennes pour lutter contre la violence en ligne basée sur le genre et protéger la liberté d'expression* », ARTICLE 19 souhaite faire appelle à une agence de communication pour la conception et la mise en œuvre d’ une campagne de sensibilisation et d’information digitale et médiatique pour promouvoir la liberté d'expression des femmes et des filles, à travers la lutte contre la violence à leur encontre, dans les médias à l'ère de la digitalisation.

### Présentation d’ARTICLE 19

ARTICLE 19 est une organisation internationale non-gouvernementale qui œuvre pour la défense de la liberté d’expression et l’accès à l’information depuis 1987, et présente en Tunisie depuis 2012. Son nom est dérivé de l’article19 de la Déclaration Universelle des Droits de l’Homme « Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit »

Constituant un fondement de toute démocratie, la liberté d’expression est une condition primordiale au progrès social et à l’épanouissement individuel, d’où la mission d’ARTICLE 19qui œuvre pour la promotion et la protection de la liberté d’opinion et d’expression dans le monde.

Le bureau MENA d’ARTICLE 19 à Tunis a été créé en mars 2012 en tant que bureau de projets puis transformé en un bureau national en 2015 et en un bureau régional qui couvre la région MENA en juin 2018. Le bureau MENA à Tunis dirige une stratégie pour promouvoir et défendre la liberté d’expression et d’information dans la région MENA en ligne avec la stratégie globale de l’organisation en s’appuyant sur une équipe basée à Tunis, à Londres et dans quelques pays prioritaires dans la région comme le Maroc et le Liban. Le bureau régional d’ARTICLE 19 adopte une approche multidisciplinaire et multi-acteurs en intervenant sur les niveaux politiques, juridiques et pratiques. Grace à son expertise disponible au sein du bureau international que régional MENA et à travers un réseau d’experts dans la région, le bureau MENA d’ARTICLE 19 fournit des conseils et aides juridiques et techniques à ses partenaires parties prenantes de la liberté d’expression, produit des recherches, analyses légales et guides de formation et mène des actions de plaidoyer avec ses partenaires de la société civile. Le tout pour protéger et promouvoir la liberté d’expression, d’association, le droit d’accès à l’information, renforcer le pluralisme et l'indépendance des médias, la transparence et la bonne gouvernance des institutions démocratiques, ainsi que soutenir le droit à l'égalité, à la participation et la pleine jouissance de tous les autres droits fondamentaux.

### Contexte de l’appel d’offres

Dans le cadre de son projet « *Promouvoir les compétences de l'alphabétisation numérique chez les femmes et les filles tunisiennes pour lutter contre la violence en ligne basée sur le genre et protéger la liberté d'expression* », ARTICLE 19 MENA œuvre pour combattre les violences et la discrimination à l’égard des femmes et des filles Tunisiennes sans les médias, à l’ère de la digitalisation, afin de faire progresser leurs droits à la liberté d’expression et l’égalité.

Ce projet vise globalement à promouvoir et protéger la liberté d'expression et assurer la participation dans les médias et en ligne des femmes tunisiennes, y compris les femmes rurales des régions de l'intérieur, en soutenant les capacités des associations locales défenseuses des droits des femmes et la promotion de ces droits en ligne.

Constituant des droits humains fondamentaux, dont la réalisation est essentielle pour la jouissance et la protection de tous les droits humains, la liberté d’expression et l’égalité se renforcent mutuellement et ne peuvent se réaliser efficacement qu’à condition de mettre en œuvre des actions ciblées et coordonnées pour leur promotion[[1]](#footnote-1). Il s’agit essentiellement de promouvoir le pluralisme et la diversité, pour ainsi permettre à tous les individus -y compris les groupes dans des situations de vulnérabilité, dont les femmes- de s’exprimer, d’être entendu et de participer à la vie publique (politique, artistique, sociale…). Ce qui qui réalisera en pratique leurs droit à l’égalité.

Les médias jouent un rôle primordial pour la promotion de la liberté d’expression et la réalisation de l’égalité, en assurant d’une part, un accès égalitaire à l’information, et en permettant d’autre part, à toutes les voix d’exprimer leurs problèmes et préoccupations et de les faire entendre.

Aujourd’hui, les médias traditionnels sont marqués par une transformation significative, résultante de l’accélération digitale. En effet, la circulation des contenus médiatiques traditionnels, ne se fait plus via des réseaux séparés, elle se fait désormais sur les mêmes réseaux. Ces contenus sont vus, lus et écoutés avec les mêmes appareils, et circulent de manière homogène, sur les réseaux de communication qu’est le numérique.

Cette transformation a certes créé de nouvelles opportunités pour promouvoir l’accès égalitaire à l’information, la diversité et la pluralité des opinions, mais elle a créé, parallèlement, de nouvelles menaces. En effet, l’accélération digitale, a facilité la prolifération des phénomènes qui favorisent la violence et la discrimination à l’encontre des femmes, telle que les stéréotypes de genre, les campagnes de dénigrement ou encore les discours et incitations à la haine. Le tout menace les droits des femmes à exercer pleinement et en sécurité leurs droits à la liberté d’expression.

Il y’a lieu de rappeler que la Tunisie a adopté la loi organique n° 58 du 11 août 2017 sur *l’élimination de la violence à l’encontre des femmes,* et qui, outre son champ d’application, qui peut s’étendre à la sphère numérique, a prévu des mesures préventives, notamment en vertu de son article 11, qui implique l’intervention des acteurs du secteur médiatique, pour prévenir et lutter contre les violences faites aux femmes. Pour autant, la pratique a démontré ces dernières années, que des contenus médiatiques diffusés en ligne, continuent d’alimenter, voir même d’augmenter les phénomènes susmentionnés, d’où la nécessité de déceler les causalités et l’impact de l’expansion de ces phénomènes à l’ère de la digitalisation, pour ainsi pouvoir identifier et promouvoir les bonnes pratiques, pouvant remédier et prévenir ces phénomènes.

Dans le cadre dudit projet, ARTICLE19, envisage de mener une campagne de sensibilisation digitale et médiatique pour promouvoir la liberté d'expression des femmes et des filles, à travers la lutte contre la violence à leur encontre, dans les médias à l'ère de la digitalisation. Cette campagne se basera sur les résultats d’« Un Document d’orientation pour le changement : sur l’état des lieux et perspectives de la lutte contre les violences et la discrimination à l’encontre des femmes et filles, dans les médias, à l’ère de la digitalisation en Tunisie », élaboré par ARTICLE 19 dans le cadre de ce même projet.

C’est dans cette perspective, qu’ARTICLE 19 MENA sollicite les prestataires de services en communication en digitale pour la mise en œuvre une campagne de sensibilisation digitale et médiatique pour promouvoir la liberté d'expression des femmes et des filles, à travers la lutte contre la violence à leur encontre, dans les médias à l'ère de la digitalisation.

La présente campagne doit-être mise en œuvre durant la semaine la deuxième semaine des 16 jours d’activisme contre la violence basée sur le genre, et ce, du 02 à 10 décembre 2022, et elle impliquera, principalement, mais pas uniquement :

* Le développement d’une stratégie pour la campagne, en étroite concertation avec l’équipe d’ARTICLE 19,
* La création d'identité visuelle, slogan, et outils visuels graphiques
* La création de 4 capsules audiovisuelles en 2D destinés entre-autres pour diffusion dans les médias traditionnels et les plateformes digitales.
* La création de 3 capsule audiovisuelles, d'interview avec des femmes activistes/ militantes ou victimes de la violence basée sur le genre.
* La rédaction d’un rapport à la fin de la mission, qui doit contenir des informations qui résument le cheminement de la campagne, les actions menées et les résultats atteints.

### Objet, Objectifs, et Groupes cibles de la campagne :

La présente campagne a pour objet de promouvoir La campagne de sensibilisation et d’information portera sur la promotion de la liberté d'expression des femmes et des filles dans les médias à l'ère de la digitalisation, à travers d’une part la sensibilisation quant aux impacts de la violence sexiste, la stigmatisation et l’incitation à la haine visant les femmes et les filles. Et d’autre part, à travers la promotion des mesures positives pour prévenir et lutter contre ses phénomènes.

La campagne visera, les utilisateurs/rices des réseaux sociaux, publiques des médias, ainsi que [militants.es](http://militant.es) des OCS.

### Descriptif des prestations

NB : le Soumissionnaire pourra proposer à ARTICLE 19 d’autres prestations et résultats qu’il estime pertinent pour la réalisation des objectifs de la campagne de sensibilisation et d’information médiatique et digitale.

* **Prestations attendues**
* **Conception de la stratégie de communication digitale et médiatique :**

La stratégie doit comprendre les objectifs et résultats clairs et précis et en ligne avec les objectifs de la mission susmentionnée, les groupes cibles et tous les détails relatifs à la mise en œuvre, y compris la campagne médiatique : identification des médias / partenariat avec des médias dans lesquels les outils seront diffusés/ passage médiatique), ainsi qu’un calendrier détaillé

* **Branding :**

Ceci implique la conception et la création de l’identité visuelles et du slogan

* **Conception du contenu de campagne :**

A travers la création d’outils visuels graphiques et la création de contenus audiovisuels comme suit :

* + 4 capsules audiovisuelles en 2D sur la liberté d’expression, les compétences numériques et la lutte contre la violence sexiste et les discours de haine en ligne, sont réalisées et promues dans un média et sur les réseaux sociaux, avec un taux de reach estimé à 1000 internautes par vidéo.
	+ 3 entretiens audiovisuels avec des femmes activistes/ militantes ou victimes de violence et d’harcèlement en ligne, ont été réalisés avec des militantes en ligne et promus sur les réseaux sociaux, avec un taux de reach estimé à 1000 internautes par vidéo.

**NB** : Les interviews avec les femmes activistes/ militantes ou victimes de violence et d’harcèlement en ligne, doivent appliquer une politique stricte de « Do no harm » afin de fonctionner avec le plein consentement des femmes et de prendre des précautions particulières pour ne pas les traumatiser à nouveau.

* **Exécution de la campagne**:

Le lancement de la campagne avec un planning clair pour toute la deuxième semaine des 16 jours d’activisme en termes, de thématiques à aborder, des messages clés, slogans et supports visuels et capsules à diffuser.

* **Reporting :**

Elaboration d’un rapport à la fin de la mission qui doit contenir des informations qui résument le cheminement de la campagne, les actions menées et les résultats atteints

### Durée de la mission et Calendrier d’exécution

La durée de conception et de mise en œuvre et de reporting de la campagne est fixée à 2 mois à compter de la date de signature du contrat.

Chaque soumissionnaire est appelé à inclure dans son offre un planning détaillé et un calendrier d’exécution de la mission, en tenant compte des délais suivants :

* La version finale de la stratégie et du branding doit être livrée le 20 Novembre 2022.
* La version finale du plan d’exécution de la campagne doit être livré au plus tard le 25 novembre 2022.
* La campagne de sensibilisation et d’information doit être mise en œuvre du 02 à 10 décembre 2022.
* Un rapport à la fin de la mission qui doit contenir des informations qui résument le cheminement de la campagne, les actions menées et les résultats atteints, doit être soumis au plus tard le 30 Décembre 2022.

**SECTION 2 : Soumission ET CRITERES DE SELECTION**

Les critères de sélection suivants seront appliqués aux soumissionnaires :

### Capacité professionnelle

Le soumissionnaire dispose d’une équipe qualifiée et expérimentée en mesure de mettre en œuvres les différentes actions requises pour la conception et la mise en œuvre de la campagne.

### Capacités techniques

* Le soumissionnaire a mis en œuvre avec succès durant les 5 dernières années des stratégies de communication digitale, des campagnes de promotion et de sensibilisation ou d’information
* Le soumissionnaire a une expérience confirmée dans le domaine des relations publiques ainsi qu’une maitrise de l’environnement des médias
* Le soumissionnaire a une expérience dans le travail avec la société civile ou dans des domaines liés aux droits humains et en particulier aux droits des femmes

### Constitution du dossier de soumission :

Le dossier de soumission devra comprendre :

* Une note de compréhension des termes de référence et de présentation de la vision proposée pour campagne de sensibilisation et d’information.
* Les références et expériences du soumissionnaire.
* L’organisation de l’équipe du projet et les CV détaillés.
* Des exemples de travaux d’évaluation et d’élaboration de projets similaires.
* Une offre financière détaillée.
* Le dossier administratif qui doit contenir les pièces suivantes :
	+ Copie des statuts enregistrés pour les soumissionnaires dotés de personne morale ou personne physique du régime réel.
	+ Copie de la carte d’identification fiscale, si elle existe.
	+ Extrait du RNE ou à défaut copie récente du registre de commerce, s’il existe.
	+ Références et expériences du soumissionnaire.

### Modalités d’envoi des offres

Les soumissionnaires doivent faire parvenir leurs offres aux adresses électroniques suivantes : mounamsaddak@article19.org ,copie sywar@article19.org avec comme indication dans l’objet de l’email **« Appel d’offre - Campagne de sensibilisation et d’information digitale et médiatique ».**

**NB : Nous accuserons réception des candidatures mais aucune autre communication ne sera effectuée sauf avec les candidats sélectionnés.**

### Date limite de soumission des offres

Les soumissionnaires doivent être envoyées au plus tard le 27 Octobre 2022.

### Evaluation des offres

L’évaluation des offres se fera comme suit :

* 70% pour les aspects techniques (capacité professionnelle et technique du soumissionnaire et compréhension des termes de référence et de présentation de la vision proposée pour campagne de sensibilisation et d’information)
* 30% pour l’offre financière.
1. ARTICLE19, Principes de Camden sur la liberté d’expression et l’égalité, disponible sur ce lien : https://www.article19.org/data/files/pdfs/standards/principes-de-camden-sur-la-liberte-d-expression-et-l-egalite.pdf [↑](#footnote-ref-1)