

TERMES DE RÉFÉRENCE

Oxfam est un mouvement mondial de personnes qui luttent contre les inégalités pour mettre fin à la pauvreté et à l'injustice. À travers les régions, du niveau local au niveau mondial, nous travaillons avec les populations pour apporter un changement durable.

OVERVIEW	
Objectif	Production d'un film documentaire et des supports audiovisuels de capitalisation sur les résultats du projet SUMUD
Date de début	25 Juin 2026
Comment postuler?	Les candidat-e-s intéressé-e-s sont invité-e-s à soumettre : <ol style="list-style-type: none">1. Une proposition décrivant la méthodologie et le synopsis du documentaire sera menée (y compris un budget / l'offre financière détaillée dans un fichier séparé)2. Un ou plusieurs CV(s)3. Un exemple d'un film documentaire et des photos (portraits et autres) déjà réalisés
Date limite de dépôt des candidatures	16 Juin 2026 – 23:59
La candidature devrait être envoyée à :	A: Haythem.benzid@oxfam.org Cc: Sabrin.jartouh@oxfam.org
Lieu de la mission	Tozeur, Siliana, Mahdia et Sfax et Grand Tunis
Considérations spécifiques	N/A

1. OBJET DU CONTRAT

Le projet SUMUD touche à sa fin. Pour ce, nous sommes en phase de préparation de la clôture du projet. Afin de communiquer sur cette clôture, l'agence de communication sera chargée de concevoir et produire un film documentaire de capitalisation sur les résultats du projet. Sa mission comprendra la réalisation **d'un film documentaire(1)** mettant en valeur les résultats et les succès stories du projet et les bonnes pratiques de gouvernance participative, ainsi **que la couverture photo complète de l'événement de clôture(2)** à travers **une vidéo récapitulative de l'événement(3)**. Enfin, une **vidéo supplémentaire (4) de promotion du projet SUMUD en général**. Tous les livrables devront respecter l'identité visuelle du projet SUMUD tout en apportant une touche créative distinctive.

L'agence devra également décliner **dix (10) reels(5)** Facebook/Instagram issus du film documentaire en guise de teasing, **avec sous-titrage en anglais et en français** pour l'ensemble des reels, de la vidéo récapitulative et du documentaire. En complément, elle développera **une vidéos en motion design (2D)(6)** illustrant la capitalisation des acquis et les leçons apprises du projet.

2. CONTEXTE

Le projet SUMUD, mis en œuvre par Oxfam en Tunisie, a été conçu pour renforcer la résilience économique et sociale des travailleurs et travailleuses dans des secteurs clés tels que le tourisme, l'artisanat et l'agriculture. Pendant plusieurs années. Les objectifs clés du projet SUMUD sont de promouvoir une croissance économique soutenue, inclusive et durable en Tunisie, de générer des opportunités d'emploi et de revenus à travers le soutien au secteur privé, et de renforcer les capacités des autorités publiques locales et régionales ainsi que de la société civile. Les régions ciblées sont Sfax, Mahdia, Siliana et Tozeur.

Aujourd'hui, le projet arrive à sa phase de clôture. Cette étape vise à **capitaliser les acquis, documenter les impacts et partager les leçons apprises afin de garantir la pérennité des résultats**. La production de contenus audiovisuels et photographiques constitue un levier essentiel pour valoriser les témoignages, les succès stories et les changements générés par SUMUD, tout en offrant une visibilité accrue aux efforts déployés durant son cycle de mise en œuvre.

À propos du projet SUMUD :

Le projet SUMUD, porté par Oxfam et financé par l'AICS, vise à soutenir les micros, petites et moyennes entreprises (MPME) ainsi que les entreprises sociales en Tunisie, en particulier dans les secteurs de l'agriculture, du tourisme et de l'artisanat. Il a pour ambition de renforcer la résilience de ces structures face aux crises économiques et d'accroître leur contribution à un développement économique inclusif et durable.

Le projet offre un appui technique et financier, ainsi que les outils nécessaires pour développer des stratégies innovantes et s'adapter aux crises, renforçant ainsi la durabilité et la résilience des entreprises. Il favorise également l'intégration socio-économique et l'accès à l'emploi des groupes vulnérables, notamment les jeunes, les femmes et les personnes en situation de handicap. Par ailleurs, SUMUD mène des actions de plaidoyer et de sensibilisation, notamment à travers des campagnes visant à promouvoir des changements réglementaires et opérationnels en faveur d'un travail décent et inclusif.

SUMUD ambitionne de créer les conditions nécessaires à la reconnaissance et à l'accès effectif aux droits socio-économiques fondamentaux des jeunes, des femmes et des groupes vulnérables en Tunisie, à travers un travail décent.

→ Plus d'informations disponibles sur le site du projet SUMUD : <https://sumudproject.org/>

3. DESCRIPTION DES PRESTATIONS

1 FILM DOCUMENTAIRE SUCCESS STORIES & BONNES PRATIQUES DE GOUVERNANCE	REPORTAGE PHOTO
<p>Ce film documentaire, mettra en lumière :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Des initiatives concrètes qui renforcent la résilience économique. À travers six histoires inspirantes de soutien aux entreprises dans les trois secteurs clés (tourisme, artisanat et agriculture) dont deux histoires par secteur (2 histoires pour le tourisme, 2 histoires pour l'artisanat et 2 histoires pour l'agriculture), le film illustre comment l'accompagnement ciblé du projet SUMUD favorise la création d'emplois et la pérennité des activités.2. Quatre bonnes pratiques (à définir avec l'équipe de projet) de gouvernance participative, issues des gouvernorats de Siliana, Tozeur, Sfax et Mahdia, témoignent de l'importance de l'implication citoyenne et des autorités locales dans la prise de décision. <p>Ce récit visuel offrira une immersion dans des expériences réelles où solidarité, innovation et engagement collectif deviennent des leviers de développement durable.</p>	<p>1 Album photos de l'évènement et photos portraits des entrepreneur-e-s ainsi que des personnes clé de l'évènement à définir par l'équipe de projet.</p>
1 VIDEO RECAPITULATIVE DE L'EVENEMENT DE CLÔTURE	
<p>Lors de l'évènement de clôture du projet SUMUD, une vidéo récapitulative sera réalisée pour immortaliser cette étape clé du cycle final de SUMUD.</p> <p>Cette vidéo rassemblera des visuels authentiques mettant en lumière les entrepreneur-e-s qui ont bénéficié du soutien du projet SUMUD, des leçons apprises lors de cette expérience, ainsi que des séquences capturées en direct pendant la cérémonie de clôture.</p>	

<p>L'objectif est de créer une vidéo récapitulative à la fois originale et engageante, qui illustre concrètement les efforts déployés par SUMUD et ses partenaires pour accompagner l'entrepreneuriat et renforcer la résilience. Ce contenu servira non seulement de mémoire du projet, mais aussi d'outil inspirant pour valoriser les réussites et l'impact collectif.</p>	
<p>1 VIDEO 2D CHIFFRES & DONNEES PHARES DU PROJET</p>	
<p>Cette vidéo en animation 2D présentera les chiffres clés qui illustrent le succès du projet SUMUD depuis son lancement. Elle mettra en avant les indicateurs les plus significatifs, tels que le nombre d'entrepreneur-e-s soutenus, les régions couvertes, les formations dispensées, les partenariats créés, ainsi que l'impact économique et social; de manière dynamique et visuellement attractive. Ce récit visuel transformera des données brutes en un contenu engageant et facilement partageable, conçu pour valoriser les résultats obtenus et renforcer la crédibilité du projet. Cette vidéo constituera un outil puissant pour la communication digitale et la mobilisation de futurs financements.</p>	
<p>10 REELS INSTAGRAM/FACEBOOK DU DOCUMENTAIRE SUCCESS STORIES & BONNES PRATIQUES DE GOUVERNANCE</p>	
<p>Ces reels Instagram reprendront des extraits clés du film documentaire (succès stories) pour renforcer la visibilité digitale du projet SUMUD. Ils mettront en avant des histoires inspirantes dans les secteurs du tourisme, de l'artisanat et de l'agriculture. Conçus pour être dynamiques et facilement partageables, ils serviront à promouvoir l'impact du projet sur les réseaux sociaux.</p> <p>3 reels Artisanat</p> <p>3 reels Agriculture</p> <p>3 reels Tourisme</p> <p>1 reel général (les trois secteurs inclus)</p>	
<p>1 VIDEO DE PROMOTION SUMUD</p>	
<p>Réaliser une vidéo promotionnelle en parallèle du tournage du documentaire. L'agence devra donc anticiper qu'en plus des séquences prévues pour le documentaire, un shooting spécifique sera mené, avec des questions distinctes et un angle différent, axé sur la responsabilité environnementale et sociétale, afin de servir les objectifs de promotion du projet</p>	

1. LIVRABLES

Objectif général

Vidéos & films documentaires

Film documentaire “Success Stories & Bonnes Pratiques de Gouvernance”

Ce film mettra en lumière des initiatives concrètes qui ont renforcé la résilience économique et la gouvernance locale en Tunisie. À travers six histoires inspirantes issues des trois secteurs clés – tourisme, artisanat et agriculture, dont deux par secteur, le documentaire illustrera comment l’accompagnement ciblé du projet SUMUD a favorisé la création d’emplois et la pérennité des activités.

De plus, le documentaire mettra en avant quatre bonnes pratiques de gouvernance participative identifiées avec l’équipe du projet, provenant des gouvernorats de Siliana, Tozeur, Sfax, Mahdia et Grand Tunis. Il témoignera de l’importance de l’implication citoyenne et des autorités locales dans la prise de décision et offrira une immersion dans des expériences réelles où solidarité, innovation et engagement collectif deviennent des leviers de développement durable.

Vidéo récapitulative de l’événement de clôture

Lors de la cérémonie de clôture, une vidéo récapitulative sera réalisée pour immortaliser cette étape clé. Elle intégrera des séquences authentiques mettant en avant les entrepreneur-e-s bénéficiaires, les moments forts de l’événement et les leçons apprises. Ce contenu servira à la fois de mémoire du projet et d’outil inspirant pour valoriser ses réussites.

Vidéo 2D Leçons Apprises

Cette vidéo en animation 2D illustrera les enseignements majeurs et les bonnes pratiques identifiées tout au long du projet SUMUD. Elle transformera des concepts clés en un contenu clair et engageant, destiné à inspirer les partenaires et à favoriser la diffusion des connaissances acquises.

Reels Instagram et sous-titrage

Décliner 10 reels Instagram/Facebook déclinés du film documentaire destinés à renforcer la visibilité digitale du projet SUMUD.

Vidéo de promotion de SUMUD et de la RSE

Le tournage du documentaire sera également l’occasion de produire une vidéo promotionnelle dédiée au projet SUMUD. L’agence est donc invitée à penser le shooting comme une production à double objectif. En plus des contenus pensés pour le documentaire, des séquences spécifiques devront être prévues, avec un jeu de questions différent, un angle éditorial distinct et un traitement plus dynamique et valorisant. Cette vidéo promotionnelle devra mettre en lumière l’engagement environnemental et sociétal du projet, ses valeurs et ses impacts concrets. Cela implique d’anticiper, dès la préparation, les adaptations nécessaires (interviews, cadrage, rythme, planning) afin de produire deux vidéos (documentaire et vidéo de promotion) complémentaires, chacune répondant clairement à son propre objectif.

Album photos et photos portraits

Reportage photos

Un album photo dédié à la cérémonie de clôture, incluant des portraits des entrepreneur-e-s et des personnes clés identifiées par l’équipe du projet. Ces visuels serviront à enrichir les supports de communication et à illustrer les publications digitales et imprimées.

Outputs spécifiques et livrables :

Le consultant/La consultante est tenu-e de soumettre les livrables qui suivent :

1) Film documentaire “Success Stories”

1 x vidéo haute résolution (4K) incluant en haut à gauche + sous-titres en français et en anglais.

2) Vidéo récapitulative de l'événement de clôture

1 x vidéo haute résolution (4K) incluant les sous-titres en arabe et en anglais.

3) Reportages photo

- Reportage photos : Portraits et photos des entrepreneur-e-s et des personnes clés de l'événement de clôture. **Toutes les photos devront être livrées en haute résolution, en formats paysage et portrait, accompagnées des autorisations de diffusion.**

4) Déclinaisons digitales

- 10 reels Instagram issus du film documentaire
- Sous-titrage en anglais et en français pour l'ensemble du contenu audiovisuel

5) Vidéos en motion design (2D)

- 1 x vidéo en animation 2D présentant les chiffres phares du projet SUMUD (indicateurs clés, impact économique et social, leçons apprises etc)

6) Vidéo promotionnelle

La vidéo promotionnelle devra être produite en haute résolution (4K), avec une durée finale d'environ 2 minutes, adaptée à une diffusion digitale et institutionnelle.

L'agence devra assurer la captation, le montage, l'habillage graphique léger et le sous-titrage si nécessaire, en cohérence avec l'identité visuelle du projet.

L'ensemble des rushes bruts (vidéo et audio) ainsi que les fichiers finaux devront être remis au commanditaire en fin de prestation, sur support numérique.

7) Les rushes

La totalité des rushes filmés lors de tous les tournages dans le cadre de cette mission seront partagés à la fin de la mission dans un disque dur externe.

2. MÉTHODOLOGIE

L'agence de communication devra adopter une approche structurée et collaborative pour la conception et la production des livrables audiovisuels et photographiques liés à la clôture du projet SUMUD. Après une prise de connaissance approfondie du contexte du projet, de ses objectifs et de son identité visuelle (charte graphique, palette de couleurs, typographies), l'agence élaborera une proposition créative détaillée comprenant :

- Un **storyboard** pour chaque vidéo (documentaires, vidéo récapitulative et vidéos 2D) ;
- Un **plan de tournage** pour les films documentaires et la couverture de l'événement de clôture ;
- Un **calendrier de production** précisant les étapes clés et les délais de livraison.

La méthodologie devra garantir la cohérence visuelle avec l'univers graphique du projet SUMUD tout en apportant une touche créative distinctive. Les contenus devront refléter les valeurs fondamentales du projet : justice sociale, inclusion et dignité.

Des versions préliminaires (scénarios, montages bruts) seront soumises pour validation à chaque étape clé avant la livraison finale. L'agence devra également s'assurer que tous les supports audiovisuels soient accessibles, en intégrant systématiquement :

- **Sous-titres en anglais**
- Formats optimisés pour la diffusion digitale (Facebook, Instagram) et adaptés au visionnage mobile.

Une attention particulière devra être portée à la qualité technique (haute résolution 4K pour les vidéos, haute résolution pour les photos), à la clarté des messages et à la capacité des contenus à engager le public cible. Les déclinaisons digitales (reels Instagram) devront être conçues pour maximiser la visibilité et l'impact sur les réseaux sociaux. Enfin, les vidéos en motion design devront transformer des données et des concepts complexes en contenus attractifs et pédagogiques, facilement partageables lors d'événements institutionnels et en ligne.

Timeline planifiée

1. Tournage Film Documentaire et vidéo de promotion

Activité / Étape	Livrables / Outputs	Durée estimée	Période/Date
Prise de connaissance du contexte, du projet et de la campagne	Réunion avec l'équipe de projet et de communication pour la présentation du projet SUMUD et discussion autour des principaux messages et livrables	1 jour	25 Juin
Élaboration de la proposition créative	Storyboards, plan de tournage, calendrier de production	3 Jours	28 Juin
Pré-production des vidéos	Préparation logistique, script (ou bien questions de l'interview) finalisés	7 Jours	9 Juillet
Tournage	Captation des séquences pour les 3 vidéos	8 jours	18 Juillet
Montage initial	Préparation du premier draft des vidéos	7 Jours	26 Juillet
Validation du 1er Draft	Envoyer une première version des vidéos montées pour validation	10 Jours	7 Août
Montage et post-production	Ajustement du montage, ajout de sous-titres (arabe/anglais), habillage visuel	13 Jours	21 Août
Soumission pour validation et ajustements	Versions préliminaires des vidéos	6 Jours	28 Août
Ajustements et finalisation	Intégration des retours, feedback, commentaires de l'équipe, export des vidéos en formats adaptés	8 Jours	7 Septembre
Livraison finale	Vidéos finalisées prêtes pour diffusion web et réseaux sociaux + Album Photos	8 Jours	20 Septembre

2. Livrables de l'évènement de clôture

Étape	Description	Durée	Période
Tournage lors de l'évènement de clôture	Captation vidéo lors de l'évènement de clôture	1 Jour	Octobre 2026
Livraison des photos de l'évènement	Les albums de photos de l'évènement devront être soumis à travers un lien de transfert de data sécurisé	3 Jours	3 jours après l'évènement
Post-production de la vidéo	Montage, habillage graphique, musique et sous-titres	7 jours	7 jours après l'évènement
Premier draft	Remise d'un premier draft pour feedback de l'équipe du projet	3 Jours	7 ème jour après l'évènement

3. Vidéo 2D

Étape	Description	Durée	Période
Conception	Élaboration du storyboard et structuration du message	2 Jours	1er Juillet
Création graphique	Développement des personnages et illustrations	10 Jours	12 Juillet
Texte & voix off	Rédaction, validation et enregistrement de la voix off	6 Jours	18 Juillet
Animation	Animation 2D et intégration audio	8 Jours	26 Juillet
Livraison finale	Livraison de la vidéo 2D finale	11 Jours	15 Août

3. CARACTÉRISTIQUES DU PROFIL REQUIS

Le/La candidat-e devrait avoir les compétences suivantes :

Critères essentiels

[Qualifications professionnelles / structurelles]

Agence de communication légalement constituée, disposant d'une équipe pluridisciplinaire (réalisation, production, montage, graphisme, etc.) avec des compétences avérées en production audiovisuelle.

[Expérience avec les ONG / projets sociaux ou de développement]

Expérience démontrée dans la réalisation de vidéos pour des ONG, des campagnes de plaidoyer ou des projets à caractère social, avec une sensibilité aux enjeux de justice sociale, d'inclusion et de droits humains.

[Maîtrise de compétences spécifiques]

Excellente maîtrise des techniques de production audiovisuelle (scénarisation, tournage, montage, habillage graphique), capacité à intégrer des éléments d'accessibilité (sous-titres multilingues etc) et à produire des contenus adaptés aux réseaux sociaux.

[Expérience significative / nombre d'années]

Minimum 3 ans d'expérience dans la production de contenus audiovisuels, avec un portfolio démontrant des réalisations pertinentes dans des contextes similaires.

[Compétences linguistiques requises]

Capacité à produire des vidéos intégrant des contenus en arabe (standard et dialectal tunisien) et **en anglais, avec une attention particulière à la qualité linguistique et visuelle des sous-titres.**

Critères souhaités

[Qualifications professionnelles / structurelles]

Une formation complémentaire ou des certifications en communication sociale, production audiovisuelle inclusive ou storytelling pour le changement social serait un atout.

[Expérience / Compétences]

Expérience dans la conception et la mise en œuvre de campagnes de sensibilisation ou de plaidoyer, avec une capacité démontrée à adapter les contenus audiovisuels à différents publics cibles et canaux de diffusion (réseaux sociaux, plateformes institutionnelles, événements publics).

[Intérêt / Connaissance de...]

Un intérêt marqué pour les questions de justice sociale, de droits des travailleur·euse·s, et une bonne connaissance du contexte tunisien, notamment en lien avec les enjeux de protection sociale et de fiscalité équitable.

4. PROCEDURE DE SOUMISSION DE LA CANDIDATURE

Instructions de soumission des candidatures

Conformité administrative (liste des documents à soumettre)

Les candidatures doivent être rédigées en français (à l'exception des documents légaux) et soumises avant la date limite.

Pour être présélectionnée en vue de l'évaluation selon les critères d'attribution, les candidatures doivent inclure les documents suivants:

Item	
1	Proposition technique / note méthodologique pour la réalisation de la mission et l'atteinte des objectifs, incluant la méthodologie, le plan de travail proposé et le calendrier.
2	<p>Offre financière (devis budgétaire) incluant le budget et les tarifs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tous les prix doivent être indiqués en Dinar Tunisien et TTC. • Le budget total doit inclure une ventilation détaillée des coûts par livrable / homme/jour. (Si nécessaire) <p>Merci de fournir un tableau détaillé et qui précise de votre tarif journalier, du nombre de jours et de ressources nécessaires par activité, ainsi que le coût associé (si nécessaire)</p>
3	<p>Curriculum Vitae (CV) du ou des consultant-e-s proposé-e-s, démontrant l'expérience pertinente et/ou les qualifications requises.</p> <p>Si plusieurs personnes sont impliquées, une présentation des rôles et responsabilités de chacun-e devra également être incluse.</p>
4	Deux références pertinentes (minimum) pour des missions similaires précédemment réalisées.
5	Justificatif d'enregistrement : RNE / Patente
6	<p>Preuves d'anciens travaux :</p> <p>Liste de publications similaires ou tout autre document attestant d'une expérience comparable ainsi que d'une maîtrise technique et thématique dans des domaines liés à la mission.</p>

5. Critères d'évaluation et d'attribution

Les candidatures incomplètes ne seront pas prises en compte. Seules les offres répondant aux critères administratifs et techniques seront évaluées.

Les décisions d'attribution seront basées sur le principe du meilleur rapport qualité-prix.

Les critères d'évaluation seront appliqués selon la répartition suivante :

Critères	
Expérience/ compétences	Expertise et expérience démontrées en production audiovisuelle (vidéo et photographie), en conception de campagnes de communication à impact social, ainsi qu'en narration visuelle adaptée aux enjeux de justice sociale et de sensibilisation du grand public.
	Références positives
	Pertinence et qualité des travaux antérieurs effectués
	Maîtrise linguistique de l'équipe
Qualité technique	Qualité de la soumission : complète, bonne présentation et format, etc.
	Qualité de la méthodologie des services et compréhension de la mission et de l'étendue du projet
	Qualité et faisabilité du calendrier proposé pour la prestation des services et de la mise en œuvre
	Qualité du plan (concret et réaliste)
	Qualité et expérience des ressources humaines clés affectées aux services+ affectation de ressources suffisantes
	Mesures promouvant les valeurs d'Oxfam
Offre financière	Coût total de l'offre (tous services compris)
	Niveau de détail/ ventilation et clarté de l'offre financière (honoraires, frais de déplacement, hébergement ...)

Oxfam se réserve le droit de mener des entretiens avec un ou plusieurs prestataires potentiels avant de prendre une décision d'attribution.

L'objectif de ces entretiens est d'obtenir des clarifications supplémentaires sur les offres soumises et d'en apprendre davantage sur le parcours, les expériences antérieures des prestataires et la composition de leurs équipes.

6.AUTRES CONDITIONS

La publication des présents Termes de Référence ne constitue en aucun cas un engagement de la part d'Oxfam à attribuer un marché, ni une obligation de rembourser les frais engagés pour la préparation et la soumission d'une proposition.

Les annexes jointes font partie intégrante de cette demande de propositions.

Oxfam se réserve le droit de contacter les soumissionnaires afin de vérifier les coordonnées, les adresses, le montant de l'offre, ainsi que de confirmer que la proposition a bien été soumise dans le cadre de cet appel.

Validité de l'offre

- L'offre devra rester valable pendant 30 jours à compter de la date de soumission. Si cela n'est pas possible, le soumissionnaire peut proposer un autre délai de validité.
- En cas d'attribution du contrat, toutes les informations fournies dans l'offre et au cours du processus de négociation auront une valeur contractuelle.

Fausse déclarations/informations

Les soumissionnaires doivent fournir des informations complètes, exactes et conformes aux exigences de la présente sollicitation et de ses annexes. Toute fausse déclaration dans une offre constitue un motif de résiliation immédiate de tout accord conclu avec le fournisseur.

OXFAM prend très au sérieux les cas de fraude, de fausses déclarations, de falsification, de manipulation ou d'altération de faits et/ou de documents. L'organisation applique une politique de tolérance zéro à l'égard de ces comportements et se réserve le droit d'engager des poursuites judiciaires en cas de divulgation mensongère de la part d'un prestataire.

Conflit d'intérêt

Les soumissionnaires doivent déclarer toute relation passée, présente ou future avec des parties impliquées dans la publication, l'évaluation ou la gestion de cette sollicitation et de l'attribution envisagée. L'absence de divulgation complète et transparente pourrait amener Oxfam à réévaluer la sélection du soumissionnaire concerné.

Droit de sélection / rejet

Oxfam se réserve le droit de sélectionner et de négocier avec les entreprises qu'elle juge, à sa seule discrétion, qualifiées pour soumettre des propositions compétitives, et de mettre fin aux négociations sans encourir de responsabilité.

Oxfam se réserve également le droit de rejeter toute proposition, ou l'ensemble des propositions reçues, sans avoir à en fournir les raisons.

Droits Réservés

Toutes les candidatures et offres deviennent la propriété d'Oxfam, qui se réserve le droit, à sa seule discrétion, de:

- Disqualifier toute offre ne respectant pas les instructions de la sollicitation ;
- Renoncer à toute irrégularité ou écart par rapport aux exigences des présents termes de référence, si ceux-ci sont jugés mineurs par Oxfam ou si cette renonciation favorise une concurrence accrue;
- Prolonger le délai de soumission des réponses après en avoir informé tous les candidats ;
- Mettre fin au processus ou le modifier à tout moment, et relancer la demande de devis auprès des parties jugées appropriées ;
- Attribuer un contrat sur la base de l'évaluation initiale des offres, sans discussion préalable ;

- N'attribuer qu'une partie des activités prévues dans la sollicitation ou attribuer plusieurs contrats en fonction des différentes composantes de l'appel.

7.CODE DE CONDUITE

Oxfam s'engage à garantir l'intégrité de ses opérations et de ses chaînes d'approvisionnement, en veillant au respect des normes éthiques les plus élevées. Le respect des lois et réglementations en vigueur, ainsi que la promotion d'une concurrence loyale, sont au cœur de cet engagement. Nous promouvons activement ces principes et attendons de tous nos fournisseurs qu'ils y adhèrent pleinement ; Tous les consultants et candidats sont tenus d'accepter et de respecter le [Code de conduite des fournisseurs d'Oxfam](#). Les individus, y compris les consultants, doivent également signer le [Code de conduite des non-employés d'Oxfam](#)¹. Ces codes définissent les normes et principes spécifiques en matière de droits humains et du travail, d'impact environnemental, ainsi que de lutte contre la corruption, que les fournisseurs doivent impérativement respecter.

8.SIGNALLEMENT DES FRAUDES ET DES COMPORTEMENTS CONTRAIRES A L'ETHIQUE

Les mécanismes de signalement et d'alerte d'Oxfam sont accessibles aussi bien aux fournisseurs qu'aux employé-e-s, afin de garantir que l'organisation continue d'opérer selon les normes et principes éthiques les plus élevés.

Ces canaux de signalement peuvent être utilisés de manière confidentielle, anonyme et dans votre propre langue pour faire part de toute préoccupation liée à la fraude, à la corruption, au gaspillage, aux abus ou aux questions de sauvegarde.

Formulaire en ligne	Formulaire de signalement des comportements répréhensibles d'Oxfam (avec possibilité de signalement anonyme) https://oxfam.clue-webforms.co.uk/webform/misconduct/
Email	integrity@oxfamnovib.nl
Téléphone	Numéro de téléphone international : +44 1249 661808 Consultez le site https://speakup.oxfamnovib.nl pour les numéros locaux (vous pouvez demander une interprétation).

¹Le Code de conduite des non-employé-e-s s'applique à toute personne travaillant à son compte ou à tout employé contractuel d'un fournisseur intervenant sur les sites d'Oxfam, ayant accès aux ressources d'Oxfam, ou susceptible de représenter Oxfam de quelque manière que ce soit, sans pour autant faire partie de l'entité juridique d'Oxfam.