



**Fonds d'Investissement
pour les Collectivités Décentralisées**

04 BP 8040 Ouagadougou 04 – Burkina Faso –

Tél. : 25 38 14 67/68 Fax : 25 38 86 09

Email : ficod@fasonet.bf



KFW



TDR de recrutement d'une agence de communication pour la conception et le déploiement d'outils d'information et de sensibilisation sur la lutte contre la corruption et la qualité des services dans les collectivités territoriales

I. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Le Réseau national de lutte Anti-corruption (REN-LAC) est une organisation de la société civile Burkinabè qui a pour mission d'œuvrer pour la garantie de la bonne moralité et la transparence dans la gestion de la chose publique. Il a été créé en 1997 et compte une vingtaine d'organisations membres et 5 comités régionaux anti-corruption (CRAC).

Le réseau a élaboré et met en œuvre un *Projet de mise en place de systèmes d'information anti-corruption pour une veille citoyenne dans les collectivités territoriales du Burkina*. Le projet est financé par la coopération financière allemande (KFW) à travers le fonds d'investissement pour les collectivités territoriales décentralisées (FICOD).

Les zones du Projet sont principalement les chefs-lieux des provinces des régions du Sud-Ouest, de l'Est et du Centre-Est, mais certaines activités sont également mises en œuvre dans les villes abritant les autres CRAC que sont Bobo-Dioulasso, Koudougou et Ouahigouya.

Dans le cadre de la mise en œuvre du Projet, des comités de suivi citoyens des collectivités territoriales (CSC-CT) ont été installés dans 13 communes du Burkina Faso.

Aussi, il est prévu la mise en place de systèmes d'informations anti-corruption dans les 15 communes chefs-lieux de provinces du Projet. Il s'agira de mettre des outils d'information et de sensibilisation (panneaux d'informations, affiches, kakemonos, spots télé et radio, etc.) pour renseigner les usagers sur les coûts et les délais de prestations dans l'administration municipale. La connaissance de ces informations leur permettra de ne pas être à la merci de certains démarcheurs et d'agents indéclicats et cultive en eux les bons comportements. Aussi, les outils doivent montrer le devoir de l'administration d'être transparente et redevable vis-à-vis des populations.

II. OBJECTIFS

L'objectif général poursuivi est de sensibiliser les populations sur la lutte anti-corruption et d'interpeller les exécutifs locaux à promouvoir la transparence et la participation citoyenne dans la gestion des collectivités territoriales.

De manière spécifique, il s'agira de :

- Sensibiliser les populations à s'intéresser à la gestion des collectivités ;
- Informer les populations sur les prestations des services dans les collectivités territoriales ;
- Mettre en place un dispositif de dénonciation de la corruption et des mauvaises pratiques dans les collectivités territoriales ;
- Interpeller les exécutifs locaux à plus de transparence et de redevabilité dans la gestion des collectivités territoriales ;
- Susciter l'engagement des autorités à prendre des mesures contre les actes de corruption dénoncés par les populations.

III. RÉSULTATS ATTENDUS

Aux termes de ces objectifs, les résultats suivants sont atteints :

- Les populations connaissent les procédures les coûts des prestations de services dans les collectivités territoriales ;
- Les exécutifs locaux rendent disponibles les informations budgétaires et les documents administratifs ;

- Les populations dénoncent davantage les pratiques de corruption ;
- Les autorités prennent des mesures contre les pratiques de corruption dénoncées par les populations.

IV. Qualification de l'Agence de Communication

- L'agence doit avoir une reconnaissance légale ;
- L'agence doit avoir une expérience d'au moins trois années ;
- L'agence doit avoir au moins trois expériences similaires pertinentes dans la conception des outils de sensibilisation ;
- L'agence doit disposer de ressources humaines qualifiées pour la conception des outils de sensibilisation ;
- L'agence doit disposer d'équipements nécessaires pour la conception des spots ou avoir des partenaires qualifiés pour la conception des outils de sensibilisation ;
- Le responsable de la mission doit avoir au moins un Bac+3 en communication ou un diplôme équivalent ;
- Le responsable de la mission doit avoir au moins trois expériences dans la conduite de projets similaires ;

V. Mission de l'Agence de Communication

1. Lot1 : conception et diffusion de spots radio et télé de sensibilisation

Pour ce Lot1, la mission de l'agence de communication consiste à :

- Concevoir un scénario en vue de la conception des spots télé et soumettre à l'amendement et à la validation du REN-LAC
- Réaliser le tournage et le montage vidéo et audio à soumettre à l'amendement et à la validation du REN-LAC.
- Faire diffuser les spots dans les chaînes de radio et télé indiquées

2. Pour le lot2 : conception et déploiement d'outils de sensibilisation

Pour ce Lot1, la mission de l'agence de communication consiste à :

- Concevoir les différents messages des outils de concert avec le REN-LAC
- Concevoir les différents outils
- Déployer, installer ou fixer les outils dans les différentes communes indiquées

VI. PRESCRIPTIONS TECHNIQUES

Il y a plusieurs outils à concevoir et à déployer en deux lots. Il s'agit de spots télé, de spots radio, de boîtes à idées, de panneaux géants, de pancartes et d'affiches grand format.

1. Lot1 : conception et diffusion des spots radio et télé de sensibilisation

1. Spot télé

Conception du spot télé

- **Contenu** : Le spot télé doit porter sur le droit d'accès des citoyens aux documents budgétaires et administratifs pour une veille citoyenne. Il doit aussi interpeller les

autorités communales pour plus de transparence, de redevabilité et de participation citoyenne dans les collectivités territoriales.

- **Durée** : une minute
- **Nombre d'intervenants** : trois à cinq acteurs à travers un jeu de rôles
- **Illustrations** : images d'archives/tournage
- **Langues** : Français

Diffusion

Médias	Langues	Nombre de jours	Nombre de diffusion	Fréquence journalière
RTB télé	Français	15 jours	15 diffusions	Une diffusion par jour à 20h avant le journal télévisé

2. Spot radio

Conception du spot radio

- **Contenu** : Le spot télé doit porter sur le droit d'accès des citoyens aux documents budgétaires et administratifs pour une veille citoyenne. Il doit aussi interpeller les autorités communales pour plus de transparence, de redevabilité et de participation citoyenne dans les collectivités territoriales.
- **Durée** : une minute
- **Nombre d'intervenants** : trois acteurs à travers un jeu de rôles
- **Langues** : Français, mooré, Dioula et Fulfuldé

Diffusion des spots radio

N°	Médias	Langues	Nombre de jours	Nombre de diffusions	Fréquence journalière
1	RTB radio	Français, Mooré Dioula, Fulfuldé	15 jours	15 diffusions /langue	Une diffusion/jour/langue (heure de grande audience)
2	Radio municipal de Ouagadougou	Français , Mooré	15 jours	15 diffusions/langue	Une diffusion/jour/langue (heure de grande audience)
3	Radio Palabre de Koudougou	Français, Mooré	15 jours	15 diffusions/langue	Une diffusion/jour/langue (heure de grande audience)
4	Radio Tin-Tua de Fada	Français, Mooré	15 jours	15 diffusions/langue	Une diffusion/jour/langue (heure de grande audience)
5	Radio Djawampo de Bogandé	Français, Mooré	15 jours	15 diffusions/langue	Une diffusion/jour/langue (heure de grande audience)
6	Radio Buayaba Diapaga	Français, Mooré	15 jours	15 diffusions/langue	Une diffusion/jour/langue (heure de grande audience)

N°	Médias	Langues	Nombre de jours	Nombre de diffusions	Fréquence journalière
7	Radio Dauphin de Koupela	Français, Mooré	15 jours	15 diffusions/langue	Une diffusion/jour/langue (heure de grande audience)
8	Radio LPC de Tenkodogo	Français, Mooré	15 jours	15 diffusions/langue	Une diffusion/jour/langue (heure de grande audience)
9	Radio Sougrenooma de Ouargaye	Français, Mooré	15 jours	15 diffusions/langue	Une diffusion/jour/langue (heure de grande audience)
10	Radio Omega de Bobo Dioulasso	Français et Dioula	15 jours	15 diffusions/langue	Une diffusion/jour/langue (heure de grande audience)
11	Radio Manivelle de Dano	Français et Dioula	15 jours	15 diffusions/langue	Une diffusion/jour/langue (heure de grande audience)
12	Radio Unitas de Diebougou	Français et Dioula	15 jours	15 diffusions/langue	Une diffusion/jour/langue (heure de grande audience)
13	Radio Gaoua	Français et Dioula	15 jours	15 diffusions/langue	Une diffusion/jour/langue (heure de grande audience)
14	Radio la voix du Paysan de Ouahigouya	Français, Mooré	15 jours	15 diffusions/langue	Une diffusion/jour/langue (heure de grande audience)
15	Radio DEVSO de Pama	Français, Mooré	15 jours	15 diffusions/langue	Une diffusion/jour/langue (heure de grande audience)
16	Radio communal de Gayerie	Français, Mooré	15 jours	15 diffusions/langue	Une diffusion/jour/langue (heure de grande audience)

II. Lot2 : Conception et déploiement d'outils de sensibilisation

N°	Désignations	Prescriptions techniques	Quantité	lieu d'installation
1	Conception et installation des boîtes à idées dans les mairies	<ul style="list-style-type: none"> - Boîte à idées en bois rouge - Dimension : 27 x 27 x 27 cm (larguer x hauteurs x profondeurs) - Dimension de la rainure : 16 x 1 cm Montage et correction - Installation en hauteur 1.5m dans les mairies - Ecrito et logos (REN-LAC, KFW et FICOD) à imprimer en vinyle autocollant 	16	Ouagadougou (01) Koudougou (01) Bobo Dioulasso (01) Gaoua (01) Fada N’Gourma (01) Diebougou (01) Dano (01) Ouahigouya (01) Tenkodogo (01) Koupela (01) Bogandé(01) Pama (01) Gayerie (01) Ouargaye (01)

N°	Désignations	Prescriptions techniques	Quantité	lieu d'installation
				Diapaga (01) Batié (01)
2	Conception et installation des panneaux d'information avec un message anti-corruption personnalisée pour chaque localité	<ul style="list-style-type: none"> - Dimension 2mx1.5m en recto - Images : couleur, logos Ecrito et logos (REN-LAC, KFW et FICOD) - Caricature sur la corruption dans les collectivités locales, infographies, etc. - Messages contre la corruption, transparence ou la qualité, coûts, délais des prestations dans les collectivités territoriales à imprimer en vinyle - Installation à l'aide d'un support dans la mairie de chaque localité 	16	Ouagadougou (01) Koudougou (01) Bobo Dioulasso (01) Gaoua (01) Fada N'Gourma (01) Diebouougou (01) Dano (01) Ouahigouya (01) Tenkodogo (01) Koupela (01) Bogandé(01) Pama (01) Gayerie (01) Ouargaye (01) Diapaga (01) Batié (01)
3	Location de panneaux géants systèmes en ville	<ul style="list-style-type: none"> Panneau géant 4x3 recto verso - Image : couleur, logos (REN-LAC, KFW et FICOD) - Messages contre la corruption, transparence ou la qualité des prestations dans les collectivités à imprimer en vinyle territoriales - durée 6 mois 	23	Ouagadougou (02) Koudougou (02) Bobo Dioulasso (02) Gaoua (02) Fada N'Gourma (02) Diebouougou (01) Dano (01) Ouahigouya (02) Tenkodogo (02) Koupela (01) Bogandé(01) Pama (01) Gayerie (01) Ouargaye (01) Diapaga (01) Batié (01)
4	Editer d'affiches (deux types selon le message) de sensibilisation sur la corruption, délais prestations et coûts des services à	<ul style="list-style-type: none"> - Format : 40x60cm - Encadrer - Impression en quadrichromie /recto seul - Images : couleur, caricature, infographies, etc. - Caricature sur la lutte contre la corruption dans les collectivités territoriales, infographies, Messages contre la corruption et pour la 	Type1 (message1): 51 Type2 (message2): 51	Ouagadougou (type1 :4 ; type2 :4) Koudougou (type1 :4 ; type2 :4) Bobo Dioulasso (type1 :4 ; type2 :4) Gaoua (type1 :4 ; type2 :4) Fada N'Gourma (type1 :4 ; type2 :4) Diebouougou (type1 :3 ; type2 :3)

N°	Désignations	Prescriptions techniques	Quantité	lieu d'installation
	installer dans chaque localité	transparence dans les collectivités territoriales - Papier couché 170g - Montage et corrections - Mettre chaque affiche dans un cadre pour accrochage - Installation dans les mairies		Dano (type1 :3 ; type2 :3) Ouahigouya (type1 :4 ; type2 :4) Tenkodogo (type1 :3 ; type2 :3) Koupela (type1 :3 ; type2 :3) Bogandé (type1 :3 ; type2 :3) Pama (type1 :3 ; type2 :3) Gayerie (type1 :3 ; type2 :3) Ouargaye (type1 :3 ; type2 :3) Diapaga (type1 :3 ; type2 :3) Batié (type1 :3 ; type2 :3)
5	Confectionner des kakemonos avec enrouleur (Rollup)	- Forma85x200cm (base x hauteur) - Poids net : +ou- 3 kg - Housse individuelle matelassée - Impression en quadrichromie haute définition sur un support mat en polypropylène (support écologique) d'une épaisseur de 210µ avec dos opaque - Images : couleur, caricature, infographies, etc. - Messages contre la corruption et pour la transparence dans les collectivités territoriales	25	Ouagadougou (04) Koudougou (02) Bobo Dioulasso (02) Gaoua (02) Fada N'Gourma (02) Diebouyou (01) Dano (01) Ouahigouya (02) Tenkodogo (02) Koupela (01) Bogandé(01) Pama (01) Gayerie (01) Ouargaye (01) Diapaga (01) Batié (01)

VII. CALENDRIER DE REALISATION

Le calendrier de réalisation de la prestation se présente comme suit :

Sous-activités	Responsables	Mois											
		J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Processus de recrutement des agences de communication	REN-LAC												
Conceptions des spots de sensibilisation (Français, moré, Dioula, Fulfulde)	Agence de communication/REN-LAC												
Conception des outils de sensibilisation	Agence de communication/REN-LAC												
Diffusion de spots de sensibilisation sur les chaînes de télé et radio	Agence de communication												
Déploiement des outils de sensibilisation dans les localités	Agence de communication												

VIII. Soumission des offres

Les dossiers de soumission doivent comporter une offre technique et une offre financière :

L'offre technique doit comprendre :

- la compréhension des TDR et la méthodologie qui sera utilisée ainsi que le chronogramme de réalisation de la prestation ;
- le (s) CV détaillé (s) des responsables de la mission ;
- les justifications des expériences similaires de l'agence et du responsable de mission
- Un document sur l'équipement, les ressources humaines ou les partenaires de l'agence
- Un document sur l'existence légale de l'agence

Ces pièces devront être mises sous pli fermé portant la mention « OFFRE TECHNIQUE ».

L'offre financière en toute taxe comprise (TTC) intégrant tous les frais liés à la conception et à la diffusion des spots télé et radio, ou à la conception et à la l'installation des outils de sensibilisation devra être mise sous pli fermé avec la mention « OFFRE FINANCIERE ».

Pour chaque lot, les offres (**original + deux copies**) adressées au Secrétaire exécutif du REN-LAC, devront être mises dans une enveloppe unique fermée et cachetée, avec la mention : « **Lot1 : conception et diffusion de spots radio et télé de sensibilisation** ») ou « **Lot2 : Conception et déploiement d'outils de sensibilisation** ». A n'ouvrir qu'en séance de dépouillement ».

La date limite de dépôt des dossiers est fixée au vendredi 23 juillet 2021 à partir de 12h00 au siège du REN-LAC. L'ouverture des plis interviendra le même jour à 12H 05 en présence des soumissionnaires qui souhaitent y prendre part au siège du REN-LAC sis à Pissy.

NB : Une agence peut postuler aux deux lots, mais séparément.

IX. Méthodologie d'évaluation des offres

Une commission d'évaluation des offres sera mise en place. Elle évaluera les offres sur la base des critères contenus dans le tableau ci-dessous

Tableau de notation des offres		
N°	Critère	Total des points
1	Existence légale	Condition préalable
1	Compréhension des attentes du réseau (compréhension des TDR)	20
2	Pertinence de la méthodologie, adéquation du plan de travail et du chronogramme	20
3	Justification des expériences similaires de l'agence de communication (copie simple des attestations de services faits)	30
4	Respect du niveau formation du responsable de la mission (copie simple du diplôme requis)	Condition préalable
5	Justification des expériences similaires du responsable de la mission (CV et copie simple des attestations de service fait)	20
6	Pertinence de la justification de l'équipement, les ressources humaines ou des partenaires de l'agence pour la réalisation de la mission	10
	Total	100 points

Décision de la commission : L'agence de communication qui sera retenue est celle qui aura une note technique d'au moins égale à 85/100 et respectant les conditions préalables dont l'offre financière est la moins élevée. Les soumissionnaires seront informés des résultats et le soumissionnaire retenu pour chaque lot signera un contrat avec le REN-LAC avant le démarrage des activités.

X. Autres informations

- Le contrat doit faire l'objet d'enregistrement aux impôts ;
- Conformément à la convention entre l'Etat Burkinabè et la KFW, le paiement se fera en Hors taxe.
- Le paiement se fera en trois tranches. Une avance de démarrage de 30% dès la signature du contrat, une deuxième tranche de 40% après la réception des outils et des spots conçus, une dernière tranche de 30% après réception définitive des outils déployés ou la diffusion effective des spots.


Monsieur Sagado NACANABO
 Chevalier de l'Ordre des Palmes Académiques
 Directeur Général de Lutte Anticorruption