



Recrutement d'un prestataire pour la réalisation d'une vidéo publicitaire pour la promotion de la consommation des viandes locales

Termes de référence

Novembre 2022

1- Contexte

Au Bénin, le secteur agricole occupe environ 70% de la population active. Pourtant, 81% de la population béninoise se trouve en situation de sécurité alimentaire limitée et 8% en situation grave.

En effet, l'agriculture est dominée par les petites exploitations familiales et peu diversifiée. Par manque de moyens matériels et de formations sur les techniques d'élevages, les agroéleveurs peinent à vivre de leur métier, à subvenir à leurs besoins alimentaires, et à générer des revenus. Leurs produits sont encore trop peu valorisés et souffrent de la désorganisation et du manque d'outils des acteurs des filières. Ainsi, les productions agricoles destinées à la vente ou à l'autoconsommation sont insuffisantes pour nourrir la population. Pour répondre aux besoins alimentaires, le Bénin importe massivement des denrées bon marché souvent de faible qualité environnementale et nutritive, et ne soutenant pas l'économie locale : 52% de la viande consommée est importée. Pourtant, les productions locales ont un réel potentiel pour répondre à la demande et contribuer à l'amélioration de la sécurité alimentaire des villes et des territoires ruraux.

Face à cette réalité, l'initiative « « Alliances innovantes pour des filières viandes durables et adaptées aux consommateurs » a été pensée pour contribuer à renforcer l'offre locale de produits carnés béninois, issus de l'agriculture familiale, en quantité et qualité suffisantes pour satisfaire la demande locale. Financée par Eleveurs sans frontières France et exécutée par Eleveurs sans frontières Bénin en collaboration avec ACED et La Bonne viande, cette initiative a pour objectif de mettre en place, au Sud du Bénin, un modèle innovant de circuit-court de commercialisation des viandes locale, écoresponsable et basé sur un partenariat entre des éleveurs et une entreprise privée, pour une consolidation du « Produire Local – Consommer Local ». L'initiative prévoit dans sa mise en œuvre plusieurs innovations dont une communication multicanale de masse (réseaux sociaux et radios locales) dans le but de promouvoir le « Produire local – Consommer local ». L'une des activités clés de cette innovation est « la réalisation d'une vidéo publicitaire sur les éleveurs engagés dans le produire local ». Les présents termes de référence s'inscrivent dans ce cadre et visent le recrutement d'un prestataire pour la réalisation d'une vidéo publicitaire sur les éleveurs engagés dans le produire local.

2- Objectifs et résultats attendus

L'objectif de la mission est de réaliser une vidéo publicitaire d'une durée maximum de six (6) minutes, qui vise la promotion du consommer local notamment des viandes locales. Plus spécifiquement, il s'agira de communiquer sur l'expérience et sur les produits que les éleveurs offrent.

Cette vidéo destinée à être largement diffusée sur les réseaux sociaux et les sites web, aura un effet de levier sur l'augmentation de la fréquentation des points de vente de ces produits locaux sains.

3- Méthodologie

Le prestataire proposera un script et un plan de tournage. Le tournage comprend les prises de vues et les interviews sur le terrain auprès des bénéficiaires et des partenaires. A la fin du tournage, le prestataire finalisera le spot en intégrant les modifications nécessaires issues des remarques de l'équipe projet.

La réalisation de la vidéo nécessitera un déplacement dans les zones cibles de l'initiative notamment dans les départements de l'Atlantique, Mono et Zou.

L'équipe projet mettra à la disposition du prestataire la documentation et toutes les informations complémentaires disponibles.

4- Missions du prestataire

Le prestataire sera chargé de conduire le processus de réalisation du spot publicitaire.

Il accomplira les tâches suivantes :

- ✓ Proposer un script à l'équipe projet avec le calendrier de tournage ;
- ✓ Enregistrer les images ;
- ✓ Assurer la post-production ;
- ✓ Insérer des éléments pour illustrations des interviews ;
- ✓ Présenter une 1ère version du spot pour avis ;
- ✓ Livrer le spot validé en version HD et en version exploitable pour diffusion sur les réseaux sociaux.

5- Calendrier et budget

La date de finalisation du processus et de remise des livrables dans leur version finale est le 23 décembre 2022.

La disponibilité et la capacité des soumissionnaires doivent être assurées pour tenir l'engagement de cette date limite.

Étapes	Période de réalisation
Publication de l'offre	18 novembre
Clôture de l'appel et réception des offres	2 décembre
Sélection des propositions	5 décembre
Notification de l'adjudication	5 décembre
Cadrage et signature de contrat	6-7 décembre
Validation du script, et du chronogramme de travail	8-9 décembre
Production	12-14 décembre
Post-production	15-16 décembre
Présentation de la 1ère version	19-21 décembre
Livraison du produit final après validation par les destinataires requis pour approbation	23 décembre

Les propositions financières doivent inclure le détail de l'ensemble des coûts TTC et des factures normalisées sont attendues.

6- Profil du prestataire

Le prestataire doit être une entreprise légalement enregistrée et avoir :

- Une expérience solide en matière de production de vidéos publicitaires : deux ans minimum en production de PAD ;
- Une solide capacité de cadrage, son et montage ;
- Des aptitudes à travailler sous la contrainte des délais et des résultats en faisant preuve d'initiative, de dynamisme et de pro activité ;
- Une ouverture d'esprit et volonté de faire preuve d'adaptabilité et de souplesse dans l'exécution de la prestation ;
- Un esprit de créativité.

7- Modalités de soumission

Les propositions devront porter sur les points suivants qui feront l'objet de l'évaluation de l'offre de l'opérateur :

1- Une proposition technique comportant :

- Une fiche de présentation du prestataire, de ses ressources (adresse géographique, nombre d'employés, activités, nombre d'années d'expertise en matière de production audiovisuelle) ;
- La liste du personnel technique : Réalisateur, cameraman, monteur (CV) ;
- Une description détaillée de la méthodologie de travail d'approche pour exécuter le travail selon les TDR ;
- Un chronogramme détaillé des activités et résultats attendus à chaque phase ;
- La liste des références portant sur les travaux similaires, cette liste devra contenir les adresses pour vérifications éventuelles.

2- Une proposition financière indiquant le montant proposé par le soumissionnaire pour la conduite de la mission.

Modalité de paiement : 100 % à la livraison du spot validé

Le dossier composé obligatoirement de tous les documents susmentionnés doivent être envoyés par mail en un seul fichier PDF à l'adresse suivante : job@aced-benin.org au plus tard le **2 décembre 2022 à 17h00min**.

8- Grille de sélection

La grille de sélection ci-dessous sera utilisée pour l'analyse des offres et le choix du prestataire.

Phase 1 : vérification des pièces		
Questions	Réponses	
	Oui	Non
La soumission a été réalisée dans les délais impartis		
Le dossier contient une proposition technique		
Le dossier contient une proposition financière		
Phase 2 : qualité technique des dossiers (seuls les dossiers ayant récolté 4 « oui » accèdent à la phase 2)		
Profil du prestataire (35)		
Qualifications, expériences et compétences	15	
Expérience en lien avec le service	20	
Offre Technique et méthodologique (40)		
Compréhension des TDR	10	
Démarche méthodologique proposée	30	
Phase 3 : Analyse de l'offre financière (ne concerne que les dossiers ayant récoltés au moins 60 points pour la qualité technique des dossiers)		
Offre Financière (25)		
Coût de la prestation	15	
Réalisme des coûts par rapport à la méthodologie proposée	10	

