



## **PROJET POUR LA STABILISATION DE L'EST DE LA RDC POUR LA PAIX/STEP**

Financement Banque mondiale (IDA 6665-ZR/D6420-ZR et D8440-ZR)

\*\*\*\*\*

TERMES DE REFERENCE ET ÉTENDUE DES SERVICES

### **CONSULTANT CABINET (FIRME) CHARGER DE LA PRODUCTION REALISATION D'UN MAGAZINE AUDIOVISUEL SUR LES REALISATIONS DU PROJET STEP**

-----

#### **1. Contexte et justification**

Le Gouvernement de la République Démocratique du Congo (DRC) a obtenu un financement de la Banque mondiale (BM) à hauteur d'USD 695 millions pour financer son projet pour la Stabilisation de l'Est de la RDC pour la Paix (« STEP »).

Un accord subsidiaire a été signé entre la Banque mondiale et le Ministère des finances, autorité de tutelle du projet, représenté par la Cellule de Suivi des Projets et Programmes, pour l'exécution du projet pendant la période transitoire.

L'objectif de développement du projet est l'amélioration de l'accès aux moyens de subsistance et aux infrastructures socio-économiques en faveur des communautés vulnérables du pays. Une attention particulière est portée aux questions des déplacements forcés.

Le projet STEP comprend cinq composantes dont trois composantes techniques, une composante de gestion et une composante d'intervention d'urgence. Les composantes techniques comprennent, entre autres, la construction et réhabilitation d'infrastructures communautaire, un large programme de filets sociaux et un appui à la structuration du secteur.

La zone d'intervention du projet s'étend sur six provinces, à savoir : Kasai Central, Ituri, Nord Kivu, Sud Kivu, Nord Ubangi et Sud Ubangi.

A ce jour, le projet a construit plus de 2500 infrastructures, distribué plus de USD 75 millions à plus de 245 000 familles et créé plus de 16 millions d'emplois temporaires.

Dans le but d'améliorer la visibilité du projet, la CSPP compte procéder au recrutement d'un consultant Cabinet (Firme) chargé de la production d'un magazine audiovisuel sur les réalisations du projet STEP.

Les détails sur le projet STEP et sur la CSPP peuvent être obtenus sur les liens suivants :

<https://projects.worldbank.org/en/projects-operations/project-detail/P171821>

<https://cspp-finances.gouv.cd>

<https://projet-step.cd>



## **2. Objet de la mission**

L'agence en communication à recruter devra produire un magazine d'environ 15 minutes qui racontera l'histoire des bénéficiaires TMI et THIMO, tout en insistant sur l'impact social du projet et les aspects de résilience. Il sera également question de faire parler plusieurs acteurs et témoins de leurs parcours respectifs y compris le personnel du projet et ses partenaires.

Ce magazine constituera en lui-même une opportunité de mettre en exergue l'impact des infrastructures sociales de base sur l'amélioration des conditions de vie des communautés bénéficiaires. Il fera intervenir les différentes parties prenantes au projet, à savoir :

- Les membres des Comités Locaux de Développement (CLD) mis en place par le projet ;
- Les parents d'élèves et bien d'autres bénéficiaires de ces infrastructures ;
- Les membres de l'équipe de coordination du projet (ECP) et celle de la Banque mondiale.

## **3. Objectif**

L'objectif principal de cette activité est de contribuer à la pérennisation du projet STEP en améliorant la visibilité de ses réalisations auprès de ses parties prenantes et son impact dans l'amélioration des conditions de vie des communautés vulnérables et bénéficiaires.

## **4. Résultats attendus**

- Le projet est identifié et reconnu comme un des meilleurs en termes d'impact positif et durable sur les conditions de vie des populations bénéficiaires ;
- Les publics cibles comprennent mieux le projet ainsi que son impact social dans les communautés bénéficiaires ;
- Les communautés vulnérables utilisent, avec plus d'engouement, les différents services proposés par le projet STEP.
- Le projet STEP détient des supports audiovisuels pertinents qui relatent ses réalisations

## **5. Méthodologie de travail**

### **a) La préproduction**

- Réunion avec les différentes parties prenantes pour discuter des détails du projet à réaliser ;
- Soumission du vidéo script par l'agence de production ;
- Descente sur terrain d'une équipe de deux personnes pour le repérage des lieux ;
- Identification des personnes à interviewer et obtention de leur consentement ;
- Obtention des différentes autorisations pour tourner au niveau provincial ;
- Soumission d'un calendrier de tournage par l'agence pour validation ;



- Validation du calendrier de tournage.

## **b) La production**

Le réalisateur désignera une équipe composée d'un journaliste, un opérateur de prise de vue et un preneur de son. Cette équipe travaillera conformément au calendrier de tournage validé pour filmer les différents éléments du magazine à Kinshasa et en provinces sous sa supervision.

## **c) La post production**

C'est l'ultime étape pour finaliser la réalisation du magazine. Elle est constituée essentiellement de la partie montage vidéo à partir de la base de données des vidéos et interviews brutes. Il sera question pour le réalisateur et le monteur de procéder à l'étalonnage des images et mixages des sons. Il rajoutera ensuite les éléments supplémentaires qui amélioreront le rendu final du point de vue du fond et de la forme, comme par exemple la traduction des dialogues, le doublage des audios et autres habillages. La première ébauche du projet devra être partagée avec l'équipe du projet pour validation.

## **6. Plan de diffusion**

Le magazine sera diffusé sur la Radiotélévision Nationale Congolaise ainsi que deux autres chaînes de télévision à grande audience. Des capsules vidéo de chaque histoire ou sujet exploité dans la vidéo seront produites en vue de faciliter leur diffusion sur les réseaux sociaux et autres plateformes digitales.

## **7. Spécifications techniques de la vidéo**

L'agence de communication devra nous livrer un magazine de format vidéo, de qualité full HD répondant aux standards internationaux. Nous aurons besoin d'une version diffusable à la télévision et de trois versions adaptées pour être lues sur un site internet et les réseaux sociaux précisément Twitter et Facebook.

## **8. Profil de l'agence de production vidéo**

- Avoir une expérience minimale de 5 ans dans la réalisation et production audiovisuelle et des films documentaires,
- Avoir une expérience de travail avec des ONG internationales ou projets du gouvernement avec financement international ;
- Avoir une expérience de « storytelling » de projet de développement ou de protection sociale ;
- Avoir les ressources humaines et matérielles pour la réalisation du documentaire ;



- Les candidats devront présenter leur offre technique et financière et au moins 3 copies en haute résolution des vidéos similaires réalisées.

**9. Durée de la mission :** la durée du travail sera de 21 jours ouvrable.

## **10. Soumission des offres**

L'offre globale comprend l'offre technique et l'offre financière et doit être soumise au plus tard le **14 novembre 2024**.

a. L'offre technique :

L'offre technique contiendra des éléments qui serviront de base :

- Un document de présentation de la maison de production qui met en exergue son expérience dans le domaine concerné ;
- Trois copies des œuvres déjà produites ainsi que la disponibilité pour la période de production de cette vidéo.

b. Offre financière :

Les soumissionnaires sont tenus de présenter les détails budgétaires sous forme d'un tableau qui illustre les honoraires et autres coûts connexes.