

Date : 21/05/24

## Appel d'offres : accompagnement à une campagne de promotion de l'Éducation à la Citoyenneté Mondiale et Solidaire

### 1. Commanditaire

ACODEV, Fédération francophone et germanophone des associations de coopération au développement

Quai du commerce 9, 1000 Bruxelles - Tél : +32 (0)2 219 88 55 - [www.acodev.be](http://www.acodev.be)

BCE 0462279234 - RPM de Bruxelles

Responsable : Raphaël Maldague, Directeur.

**Personne de contact pour cette mission** : Cyrielle Vandenplas, [cv@acodev.be](mailto:cv@acodev.be)

### 2. Contexte

ACODEV est la « Fédération francophone et germanophone des associations de coopération au développement ». Elle représente 68 organisations de la société civile (OSC) actives dans la solidarité internationale, l'aide humanitaire et l'éducation à la citoyenneté mondiale et solidaire (ECMS). Parmi ses membres, on trouve la plupart des ONG reconnues en Belgique, comme Médecins Sans Frontières, Oxfam Belgique, Commission Justice et Paix, Plan, Iles de Paix, Caritas, etc. Vous pouvez consulter la liste des membres de la fédération sur cette page : <https://www.acodev.be/ong/membres.html>.

La fédération a 3 missions principales :

- Représenter et défendre les intérêts de ses membres auprès des pouvoirs publics
- Renforcer les capacités des OSC à travers des formations, groupes de travail ou journées d'études
- Promouvoir le secteur de la coopération non gouvernementale, ses valeurs et sa diversité.

Un des métiers de base des organisations de la société civile actives en coopération au développement est l'Education à la Citoyenneté Mondiale et Solidaire (ECMS). Celle-ci se décline en trois missions : éducation ; mobilisation citoyenne et plaidoyer politique (voir [Référentiel ECMS d'ACODEV](#)).

ACODEV poursuit, parmi ses missions, la défense des intérêts de ses membres. La valorisation de l'ECMS, la reconnaissance de son importance et de sa plus-value auprès de différents publics comme les décideur·euse·s politiques, le grand public et les acteur·ice·s de l'éducation en font partie.

## Comité de pilotage

Un comité de pilotage composé de 6 personnes de profils différents, notamment des profils communication et des chargé-es d'ECMS, a été nommé pour réaliser cette mission en concertation et collaboration avec le ou la prestataire.

## 3. Objectifs

### 3.1. Objectifs généraux

L'objectif général de cet appel d'offre est un accompagnement stratégique, créatif et technique dans la réalisation d'une campagne de valorisation de l'ECMS.

**L'objectif premier de cette campagne est de faire connaître l'ECMS en tant que service directement adapté aux besoins du public cible, c'est-à-dire les enseignant-es de l'enseignement obligatoire.**

L'objectif secondaire est de faire connaître et reconnaître le terme ECMS et légitimer son contenu, sa démarche et son impact auprès des enseignant-es.

À terme, nous espérons voir les enseignant-es se saisir de ces outils de manière moins marginale.

Cette approche rejoint une recommandation d'une étude de stratégie de communication commanditée en 2022 par ACODEV et d'autres analyses qui seront mises à disposition du prestataire.

### 3.2. Publics cibles

#### 3.2.1. Public cible principal

Le monde scolaire, et spécifiquement les enseignant-es de la fin du primaire et du secondaire.

En effet, il représente un public clé pour le secteur, de nombreuses organisations sont actives en milieu scolaire. Il existe un panel d'outils pédagogiques et de dispositifs d'accompagnement des enseignant-es disponibles et fournis par les organisations membres d'ACODEV. Malheureusement, pour l'instant le monde scolaire a du mal à percevoir ce qu'est l'**Éducation à la Citoyenneté Mondiale et Solidaire**, ce qu'elle recouvre et comment la mettre en œuvre dans son établissement, sa pratique et ses cours.

#### 3.2.2. Publics-cibles secondaires

- Les enseignant-es des autres niveaux (maternelle, primaire inférieur et enseignement supérieur)
- Les directions, les Pouvoirs Organisateur et les réseaux d'enseignement : mais viser ces publics exige un message différent et plus technique qui ne correspond pas tout à fait au type de campagne ou de messages destinés aux enseignant-es. Cependant, les produits de la campagne pourront être des outils concrets sur lesquels s'appuyer pour illustrer concrètement les apports de l'ECMS dans l'enseignement.
- Le public politique doit être un public collatéral au public scolaire et ainsi augmenter l'assise sociétale de l'ECMS. Les produits de la campagne seront des outils concrets sur lesquels s'appuyer lors des rencontres de plaidoyer avec ces publics.
- Les parents, les jeunes, les responsables de mouvements de jeunesse etc sont aussi des publics collatéraux.

**Le public enseignant est un public très spécifique. Dans ce cadre, il est extrêmement important de saisir que le message à transmettre est que l'ECMS est un soutien et au service de leurs pratiques, de leurs besoins et non pas un élément supplémentaire qu'ils devraient porter et assumer.**

### 3.3. Approche

La campagne prendrait la forme de capsules vidéos. Le contenu exact de ces capsules n'a pas été déterminé, mais des pistes sont évoquées au point 4.1.

Celles-ci seront publiées sur nos réseaux sociaux, avec pour cible le public enseignant. Elles seront également partagées via les newsletters destinées au monde enseignant des membres d'ACODEV.

Ces vidéos renverront vers une landing page, sous la forme d'un mini site web permettant aux publics de trouver des informations sur l'ECMS.

La campagne a été pensée comme étant « réutilisable » : les capsules réalisées pourront être rediffusées à des moments clés. Elle pourrait par la suite, et selon le budget disponible futur, se décliner sur d'autres supports : affiches, page de publicité dans un magazine destiné aux enseignant-es...

## 4. Livrables

### 4.1. Capsules vidéo

- De 2 à 3 capsules vidéo de 2m30 environ, sous-titrées destinées à un public enseignant
- Capsules alliant témoignages d'enfants, ados, jeunes adultes, enseignant-es, volontaires et explications en motion design.
- Ces témoignages aborderont des thèmes différents (engagement pour le climat, les migrant-es, contre l'extrême droite, la décolonisation, etc.)
- Ces vidéos suivront un fil rouge sur la légitimité de la pratique de l'ECMS en milieu scolaire, mais pourront être vues indépendamment les unes des autres.
- Ces capsules seront suivies d'un slogan (ex : "découvrez ce que l'ECMS peut faire pour vous"), et d'un CTA renvoyant vers une landing page.

### 4.2. Landing page

Celle-ci prendrait la forme d'un mini site web qui comprendrait

- Une page d'accueil avec les informations clés de la campagne (qu'est-ce que l'ECMS, qu'apporte-t-elle aux élèves et enseignant-es)
- Quelques onglets supplémentaires à destination des publics secondaires (une petite dizaine de pages)
- Une possibilité de renvoi vers les outils déjà existants (petit catalogue) et une liste des organisations actives en ECMS

**Ce mini site devra impérativement être basé sur un CMS nous permettant d'actualiser le contenu de manière simple.**

Il est demandé au prestataire d'effectuer des recommandations pour un bon référencement naturel de ce site.

Cette landing page est aussi à voir comme un soutien à toucher les publics secondaires dans la démarche de valorisation de l'ECMS. C'est un lieu où il est possible de renvoyer les personnes et de leur montrer concrètement ce que fait le secteur, sa plus-value. Elle permettra aussi d'augmenter la notoriété du terme ECMS à un plus vaste public.

### 4.3. Création d'une identité visuelle propre à la campagne

- ACODEV représentant de nombreuses ONG, nous demandons que la charte graphique du projet soit "neutre".
- L'identité sera déclinée dans les vidéos et sur la landing page
- Elle sera également déclinée en quelques supports graphiques destinés aux réseaux sociaux

## 5. Calendrier

Ce projet de valorisation sera diffusé au deuxième semestre 2024, après les élections ou début 2025. Il devra donc être finalisé, avec collaboration du comité de pilotage pour fin novembre 2024, en vue d'une diffusion pour les congés de détente 2025. Le calendrier final spécifique dépendra également de contraintes spécifiques aux membres de la fédération et du monde de l'enseignement.

La date limite de soumission des offres est fixée au 19 juin 2024.

Une réunion de cadrage sera organisée dans les 15 jours après sélection de l'offre, afin de préciser les attentes et le calendrier exacts.

## 6. Budget

Le budget alloué à cette mission est d'environ 20 000 euros TTC. L'offre devra présenter de manière claire les différents postes budgétaires, y compris le nombre de jours de travail nécessaires à l'aboutissement de la mission.

## 7. Profil recherché

Le prestataire doit pouvoir démontrer son expertise dans les domaines :

- Création de campagnes de communication multimédias
- Vision stratégique des supports de communication et des audiences
- Compétences multi-supports et multicanaux : digital, vidéo, copywriting, ...
- Connaissance des publics scolaires et enseignants est un plus
- Connaissance du secteur de la coopération au développement et particulièrement de l'ECMS est un plus

## 8. Candidatures

Les candidatures relatives au présent appel d'offre seront obligatoirement accompagnées :

- Du CV et au moins trois références de travaux similaires déjà réalisés par la/le prestataire.
- D'une proposition sur la méthodologie qui sera suivie
- D'un calendrier reprenant les étapes de la mission
- D'une offre de prix détaillée

## 9. Procédure

L'offre doit être envoyée **pour le 19/06/2024 au plus tard par mail** à : Cyrielle Vandenplas, cv@acodev.be.

Des informations supplémentaires peuvent être demandées par mail à la même adresse e-mail.

## 10. Critères de sélection

Les offres réceptionnées seront évaluées sur base d'une analyse cumulative. L'évaluation financière représentera 30% et l'évaluation technique représentera 70% du score total de l'évaluation.

Seuls les bureaux/candidat-es obtenant un minimum de 49 (70%) points sur la partie technique seront considérés pour l'évaluation financière.

Critères d'évaluation technique (maximum de 70 points) :

1. Références et expertise démontrée (40 points)
2. Méthodologie et calendrier proposé (30 points)

Critères d'évaluation financiers (maximum de 30 points) :

Les prix/honoraires TTC. La formule suivante sera utilisée pour évaluer le critère financier :  $p = y (\mu/z)$ , où  $p$  = points pour l'évaluation financière d'une offre,  $y$  = nombre maximum de points pour l'offre financière,  $\mu$  = prix de l'offre la moins élevée,  $z$  = prix de l'offre évaluée.