



REPUBLIQUE DE GUINEE
Travail-Justice-Solidarité

MINISTERE DE LA SANTE
AGENCE NATIONALE DE SECURITE SANITAIRE
(A N S S)



unicef  | pour chaque enfant

AVIS A MANIFESTATION D'INTERÊT RELATIVE AU RECRUTEMENT D'AGENCES DE COMMUNICATION POUR LA CONCEPTION, PRODUCTION, DIFFUSION ET/OU AFFICHAGE DES SUPPORTS DE COMMUNICATION DANS LE CADRE DE LA RIPOSTE CONTRE LA COVID 19 EN GUINEE

DATE LIMITE DE DEPOT DE CANDIDATURE : **26 JUIN 2023 A 15H** AU BUREAU DE L'UNICEF A COLEYA SUR LA ROUTE NIGER A LA RECEPTION.

REF - AMI-2023-0001GUICOMM

La Guinée est entrée de plain-pied dans la pandémie à la COVID-19 qui est survenue en Chine, plus précisément à Wuhan. Cette pandémie est considérée comme urgence sanitaire d'envergure mondiale. En Guinée, le premier cas a été diagnostiqué le 12 mars 2020. Toutes les régions de l'intérieur du pays sont touchées par cette maladie avec des proportions variables. La Guinée subit depuis septembre 2021 une quatrième vague de l'épidémie occasionnant ainsi une augmentation des hospitalisations et des décès.

A la date du 1^{er} Mai 2023, la Guinée a enregistré 38,584 cas confirmés de COVID 19 avec 807 décès dont 468 décès intra hospitaliers et 339 décès communautaires. Le pays a commencé la vaccination contre la COVID 19 le 21 octobre 2021 et il faut signaler qu'au 1^{er} mai 2023, 35,8 % de la population générale est complètement vaccinée contre la COVID-19 ; cette proportion est encore loin des 70% que le pays s'est engagé à atteindre à la fin décembre 2022.

L'analyse de la couverture vaccinale selon les régions révèle :

- 1) 18 districts (Dabola, Mali, Lelouma, Labé, Pita, Koubia, Dinguiraye, Dabola, Faranah, Kouroussa, Siguiré, Kissidougou, Kankan, Kerouna, Mandiana, Macenta, Beyla et Lola) ont une couverture vaccinale contre la COVID 19 de moins de 20% ;
- 2) 10 districts (Boke, Gaoul, Telimele, Kindia, Mamou, Dalaba, Tougue, Gueckedou, Nzerekore, Youmou) présentent des couvertures vaccinales compris entre 20% et 40% ;
- 3) Les autres districts ont des couvertures vaccinales contre la COVID 19 supérieures à 40%.

Par les orientations que la Guinée donne à la riposte contre la COVID-19, il se dégage que des interventions de communication, de mobilisation et d'engagement communautaires devront couvrir tous les districts du pays. Cependant les districts ayant de couverture vaccinale en dessous de la moyenne nationale (35,8%) doivent bénéficier des actions intenses et spécifiques pour rehausser le niveau de l'indicateur. Aussi, il a été décidé de prioriser les cibles vulnérables qui sont les personnes vivantes avec maladies chroniques, personnes âgées de 50 ans + et les enfants/ados de 12 à 17 ans.

Aussi le ministère de la Santé et de l'Hygiène Publique à travers l'Agence Nationale de Sécurité Sanitaire (ANSS) et avec l'appui technique et financier de ses partenaires techniques et financiers notamment l'UNICEF a opté pour l'organisation périodique des campagnes de vaccination (intensification) contre la Covid-19 dans tout le pays. Par ailleurs, la nouvelle stratégie de lutte contre la COVID 19 que déploie la Guinée demande à intégrer la vaccination contre la COVID-19 dans le PEV de routine pour favoriser l'accès des populations aux vaccins dans les centres de santé. De même, les cibles de la vaccination contre la COVID 19 (populations de 18 ans et plus) ont été étendus sur les enfants de 12 à 17 ans avec un accent sur les populations vivant avec comorbidités (hypertension artérielle, diabète, tuberculose, VIH/SIDA etc...).

A l'apparition de la pandémie de Covid-19, plusieurs affiches avaient été produites et postées dans les lieux publics et de grandes affluences. La rareté ou le manque de ces affiches laisserait croire aux populations que le temps de la Covid-19 est passé. Du coup, selon la perception des populations, il n'est plus question de faire de cette maladie une priorité ni d'observer les mesures barrières et se faire vacciner. Pourtant le pays enregistre toujours des cas confirmés et des décès liés à la Covid-19 chaque semaine

Au titre des efforts multiples que mène le Gouvernement de la Guinée avec l'appui de ses partenaires tels que l'UNICEF et l'OMS, nous pourrions citer donc :

- ✚ Intégration de la vaccination contre la Covid-19 dans les activités des centres de santé dans le Plan de routinisation de la vaccination et budgétisée validée en juin 2022
- ✚ Production et mise en œuvre de Plan de routinisation et d'intensification de la vaccination contre la COVID 19

- ✚ Renforcement de capacités des ressources humaines dédiées à la vaccination dans les CS (plan de formation)
- ✚ Génération d'évidences pour mieux planifier les interventions et tirer les leçons pour réorienter éventuellement les interventions
- ✚ Mise en œuvre du plan de communication (formation de journalistes des radios rurales, déploiement des ONG sur toute l'étendue du territoire en appui aux régions, mobilisation des leaders locaux, mise en place/dynamisation des groupes d'action locaux, de comités d'engagement communautaire, ...)

Dans le cadre de l'appui à la mise en œuvre du plan opérationnel de communication, mobilisation sociale et d'engagement communautaire contre la COVID 19 une convention d'appui technique et financier a été signée entre l'UNICEF et l'Etat Guinéen à travers l'Agence nationale de sécurité sanitaire (ANSS). Une partie de cette enveloppe est destinée à la réalisation d'une ***campagne de sensibilisation de masse sur les lieux publics à travers la production et l'affichage des supports de communication illustrés dans les gares routières, aéroports, marchés, frontières, établissements scolaires, ateliers professionnels, débarcadères... »*** avec l'implication des influenceurs potentiels.

C'est dans ce contexte que se justifie le présent appel à manifestation d'intérêt à l'endroit des agences de communication manifestant un intérêt à avoir un partenariat avec l'ANSS et l'UNICEF pour travailler à promouvoir l'adoption de pratiques optimales de lutte contre la COVID 19 notamment l'acceptation de la vaccination contre la COVID-19 et le respect des mesures de barrières sanitaires par la réalisation des activités de communication de masse.

II – Objectifs

2.1-Objectif Général :

La présente prestation a pour but d'apporter un appui technique à l'Agence Nationale de Sécurité Sanitaire (ANSS) dans la réalisation d'une campagne de masse.

2.2- Objectifs spécifiques

-
- Elaborer des scripts de messages à décliner sur les différents supports
- Concevoir, produire et afficher 48 posters géants de 12 m2 et 48 kakémonos sur la Covid-19 à afficher dans les 33 préfectures et 5 communes de Conakry
- Produire 30 vidéos de moins d'une minute avec les influenceurs/célébrités nationales à diffuser sur les comptes officiels (facebook, twitter etc ...) de l'ANSS et des influenceurs (artistes, footballeurs, comédiens, champion de la vaccination 2023/PM etc...) identifiés.
- Recruter et faire participer 12 influenceurs ou célébrités nationales (artistes, footballeurs, comédiens,) pour promouvoir la vaccination à travers des événements (sensibilisation de masses, émissions interactives, émissions à grande écoute, tables-rondes, etc.)
- Produire et afficher 43 panneaux (33 pour les 33 préfectures et 10 pour les 6 communes de Conakry)
- Reproduire 10 000 affiches A3 en vinyle pour les 33 préfectures et 06 communes de Conakry.
- Produire avec les influenceurs des vidéos de sensibilisation sur la lutte contre la Covid-19 à diffuser dans les comptes des influenceurs
- Diffuser 5 spots vidéos de célébrités nationales sur 5 télévisions nationales (RTG, Evasion, Espace, Djoma et Djely TV) à raison d'une diffusion par semaine pendant 3 mois.
- Faire un rapportage mensuel (personnes touchées par les messages diffusés, populations désagrégées au moins par sexe et aussi par localités).

- Réaliser une campagne de sensibilisation de masse sur les lieux publics à travers l'affichage des supports de communication illustrés dans les gares routières, aéroports, marchés, frontières, établissements scolaires, ateliers professionnels, débarcadères...

III – Résultats attendus

Au terme de cette prestation, toutes les actions des agences retenues devront contribuer à obtenir les résultats spécifiques ou livrables suivants :

- Des scripts de messages à décliner sur les différents supports sont disponibles
- 48 posters géants de 12 m2 et 48 kakémonos sur la Covid-19 sont conçus, produits et affichés dans les 33 préfectures et 5 communes de Conakry
- 30 vidéos de moins d'une minute sont produites avec les influenceurs/célébrités nationales et diffusées sur les comptes officiels (facebook, twitter etc ...) de l'ANSS et des influenceurs (artistes, footballeurs, comédiens, champion de la vaccination 2023/PM etc...).
- 12 influenceurs ou célébrités nationales (artistes, footballeurs, comédiens, champion de la vaccination Guinée 2023...) sont recrutés pour appuyer la promotion de la vaccination contre la Covid-19.
- 43 panneaux sont produits et affichés dans 33 DPS et 6 communes de Conakry
- 10 000 affiches A3 en vinyle sont produites pour les 33 préfectures et 06 communes de Conakry.
- 5 spots vidéos de célébrités nationales sont diffusées sur 5 télévisions nationales (RTG, Evasion, Espace, Djoma et Djely TV) à raison d'une diffusion par semaine pendant 3 mois.
- Faire un rapportage mensuel (personnes touchées par les messages diffusés, populations désagrégées au moins par sexe et aussi par localités).

Globalement des supports de communication (vidéos, audio, affiches, dépliants, etc.) pour les cibles y compris celles avec handicap (malentendants et sourd muets) sont produits pour permettre à chaque membre de la communauté d'accéder à des informations sûres et fiables leur permettant de se faire vacciner ainsi que leurs proches et maintenir l'adoption de mesures barrières sont produits et disséminés ;

III – Portée et durée de la prestation

Toutes les interventions de cette prestation devront couvrir l'ensemble des 8 régions du pays avec un accent particulier sur les localités qui enregistrent une couverture vaccinale COVID 19 de la population générale en dessous de 20% dont entre autres :

Région de Labé : Mali, Koubia, Lélouma et Labé ;

Région de Mamou : Pita,

Région de Faranah : Dinguiraye, Dabola, Kissidougou et Faranah ;

Région de Kankan : Kankan, Kouroussa, Siguiri, Mandiana, Kérouané,

Région de N'Zérékoré : Lola, Macenta et Beyla.

A ce titre cette prestation durera trois (3) mois.

IV – Démarches méthodologiques

- Elaboration et validation des scripts de messages
- Prétest des scripts de messages
- Sélection et validation de la liste des influenceurs potentiels
- Production des supports de communication (affiches, vidéos etc...)
- Diffusion des supports de communication sur les différents canaux
- Prise de contact et entretien avec les personnes ressources
- Production des rapports

V – Profil du prestataire recherché

Le prestataire recherché est une agence ou un cabinet ayant au moins 3 ans d'expérience en communication pour le changement social et comportemental dans le domaine de la santé et justifier de la réalisation des activités de complexité similaires avec les partenaires nationaux et/ou internationaux. Il doit :

- Démontrer une expertise avérée dans la conception, planification, production et réalisation de campagne stratégique de communication sur la COVID-19 ou autres épidémies ou maladies et de production de supports et outils de communication (Joindre les preuves de contrats, de rapport d'activités et les contacts des clients antérieurs).

Plus spécifiquement le prestataire devra :

- Fournir une méthodologie de travail incluant la validation de livrables, les calendriers de réalisation les délais de soumission des livrables
- Fournir les preuves de la conception et la réalisation de campagne stratégique de communication dans le domaine de la santé ou équivalent ;
- Fournir les preuves de conception des supports de communication sur la Covid-19 ou équivalent
- Disposer d'un personnel qualifié et expérimenté dans le domaine de la communication
- Disposer des très bons équipements de communication moderne
- Disposer d'un studio de production et tous les équipements nécessaires (Joindre la liste du matériel disponible)
- Disposer d'une logistique roulante pour les productions en région
- Démontrer d'une très grande capacité de rapportage des activités (Exemple de rapports, contrats, plans médias avec d'autres partenaires)
- Fournir des exemples de story-boards de production de supports de communication
- Fournir des exemples de scripts de spot rédigés.
- Disposer d'un compte bancaire au nom de l'ONG avec au moins deux signataires.
- Avoir un siège identifiable et fonctionnel ;
- Être capable de fournir les preuves de ses activités sur le terrain (rapports d'activités et financiers des années 2021 et 2022).

VI.1– Conditions d'acceptabilité des offres

Documents Administratifs à présenter obligatoirement :

- Numéro d'immatriculation fiscale à jour 2023
- RCCM Attestation de Situation fiscale/Quitus à jour à jour 2023
- Compte bancaire
- Attestation de cotisation sociale (CNSS)
- Assurance de responsabilité civile/professionnelle
- Attestation de paiement de l'impôt minimum forfaitaire (IMF) 2023

NB : Les candidatures qui ne comporteront pas ces documents seront automatiquement éliminées.

VI.2 – Conditions de participation

La participation à la concurrence est ouverte à toutes les entreprises légalement installées en Guinée à jour de leur charge fiscale et sociale et disposant de l'expérience requise dans le domaine de la communication pour le changement social et comportemental.

Les agences soumissionnaires doivent démontrer leur conformité et adhésion aux valeurs fondamentales de l'UNICEF ainsi que l'existence d'un système de prévention et de lutte contre les exploitations et abus sexuels.

VI.3 – Présentation de l'offre

L'offre doit comporter une proposition technique et une offre financière

VI.4 – Critères de sélection

Le contrat sera attribué au prestataire dont l'offre remplit les conditions d'éligibilité sur une base administrative, technique et financière acceptable. L'offre technique compte pour 70% et l'offre financière pour 30% suivant les détails ci-après :

❖ Grille d'évaluation pour le choix de l'agence de communication :

Critères d'évaluation	Note d'évaluation de l'offre technique
Disponibilité du quitus, de la quittance et paiement d'autres taxes	20 points
Connaissance dans le domaine de la santé publique	10 points
Conduite d'une campagne de sensibilisation de masse, production et affichage de panneaux dans le domaine de la santé publique avec des partenaires locaux ou internationaux (Exemple de rapports, contrat, plans, médias et autres preuves)	60 points
Description de la méthodologie de mise en œuvre	30 points
Présentation de la méthodologie de travail incluant des calendriers de réalisation et des délais de soumission des livrables	20 points
Expérience dans l'organisation d'une ou plusieurs campagnes masse sur la Covid-19 et d'autres maladies à potentiel épidémique	40 points
Disponibilité et expertise d'une main d'œuvre pour le projet	20 points
Total	200 points

NB : l'agence qui totalisera le plus grand nombre de point remportera le ou les lots pour lesquels elle aura postulé.

Mesure de l'offre technique
70%

Une commission technique devra statuer sur les offres et choisir l'agence qui aura fourni l'offre technique la mieux adaptée et fera l'objet d'une consultation pour les offres financières.

VII – Lots du marché

La présentation prestation est constituée de lots

Lot 1 : il est constitué des principales activités suivantes :

- Production et affichage des supports de communication (conception de posters, location panneaux, impression et affichage) Elaborer des scripts de messages à décliner sur les différents supports

- Conception, production et affichage de 48 posters géants de 12 m2 et 48 kakémonos sur la Covid-19 à afficher dans les 33 préfectures et 5 communes de Conakry
- Production et affichage de 43 panneaux (33 pour les 33 préfectures et 10 pour les 6 communes de Conakry)
- Reproduction de 10 000 affiches A3 en vinyle pour les 33 préfectures et 06 communes de Conakry.
- Faire un rapportage mensuel (personnes touchées par les messages diffusés, populations désagrégées au moins par sexe et aussi par localités).

Lot 2 : Production et diffusion des spots vidéos

Le lot 2 comprend les activités suivantes :

- Production de 30 vidéos de moins d'une minute avec les influenceurs/célébrités nationales à diffuser sur les comptes officiels (facebook, twitter etc ...) de l'ANSS et des influenceurs (artistes, footballeurs, comédiens, champion de la vaccination 2023/PM etc...) identifiés.
- Recrutement de 12 influenceurs ou célébrités nationales (artistes, footballeurs, comédiens, champion de la vaccination Guinée 2023...) pour promouvoir la vaccination
- Production avec les influenceurs des vidéos de sensibilisation sur la lutte contre la Covid-19 à diffuser dans les comptes des influenceurs
- Diffusion de 5 spots vidéo de célébrités nationales sur 5 télévisions nationales (RTG, Evasion, Espace, Djoma et Djely TV) à raison d'une diffusion par semaine pendant 3 mois.
- Rapportage mensuel (personnes touchées par les messages diffusés, populations désagrégées au moins par sexe et aussi par localités).

VIII – Dépôt de candidature

- Le/ la Consultant (e)/l'Agence intéressée par cet appel doit fournir, [une lettre de manifestation d'intérêt datée et signée adressée à l'UNICEF](#) en fournissant les informations indiquant qu'ils sont qualifiés pour exécuter les services.
- Une proposition technique décrivant le contexte, la compréhension du mandat, la méthodologie pour accomplir la mission. Une présentation du cabinet/agence, la composition de son effectif et une copie de son registre de commerce ou de ses statuts.
- Une offre financière comportant le cout global de la mission et les détails par activité (honoraires, transport, ...)
- Un calendrier indicatif de l'intervention (sous forme d'un diagramme)
- Le Curriculum Vitae présentant les expériences, les références et au moins une stratégie ou étude réalisée ou [une présentation du cabinet/agence, la composition de son effectif et une copie de son registre de commerce ou de ses statuts](#). Il est demandé aux Agences soumissionnaires de fournir ces informations en ne dépassant pas 15 pages environs.
- Les candidats peuvent s'associer pour renforcer leurs compétences respectives.

IX – Méthode de soumission

Les dossiers de soumission doivent être déposés au bureau de l'UNICEF du 22 au 31 mai 2023.