



sanofi

PROJET DE LUTTE CONTRE LE CANCER ET LES MALADIES NON TRANSMISSIBLES AU TCHAD

**AVIS D'APPEL D'OFFRE N°09/DIR/2025
POUR LE RECRUTEMENT D'UN PRESTATAIRE NATIONAL POUR LA
PRODUCTION DES OUTILS DE COMMUNICATION DE LUTTE CONTRE
LE CANCER**

MARS 2025

1. Contexte et justification

À l'échelle mondiale, le nombre de cas de cancer devrait presque doubler d'ici 2030, avec une incidence en Afrique subsaharienne ayant déjà doublé au cours des 30 dernières années, atteignant 128,2 cas pour 100 000 personnes. Au Tchad, le cancer demeure un problème majeur de santé publique, avec 10 185 nouveaux cas et 7 257 décès estimés en 2022. Malgré les efforts, la maladie continue de progresser silencieusement. Cependant, 40 % des cancers pourraient être évités par une amélioration des habitudes de vie, et plus de la moitié des patients peuvent être guéris s'ils sont diagnostiqués et traités rapidement.

Le Programme National de Lutte contre le Cancer (PNLCC) au Tchad a pour mission de sensibiliser la population sur la prévention, le dépistage et le traitement du cancer. Face à l'augmentation des cas de cancer et à la nécessité de renforcer les connaissances des citoyens sur cette maladie, une stratégie de communication efficace est cruciale. Le PNLCC souhaite mettre en œuvre sa stratégie de communication 2025-2027 en produisant des outils de communication physiques, audiovisuels et numériques, afin de toucher un maximum de personnes à risque de contracter des cancers gynécologiques.

Cette initiative est cruciale, car les cancers gynécologiques représentent une préoccupation majeure pour la santé publique au Tchad. En ciblant spécifiquement les femmes et les populations à risque, le PNLCC vise à sensibiliser davantage sur l'importance de la prévention, du dépistage précoce et de l'accès aux soins.

Les outils audiovisuels, tels que les microprogrammes pour la télévision et la radio, permettront de toucher un large public en utilisant des messages clairs, engageants et impactants. Les supports numériques, accessibles via les réseaux sociaux et les plateformes en ligne, permettront d'atteindre les jeunes générations et d'encourager des comportements préventifs. Enfin, les outils imprimés, comme les affiches et les flyers, serviront à diffuser des informations essentielles dans les lieux publics et les établissements de santé. Ces outils doivent non seulement informer, mais également inciter à l'action, en mettant l'accent sur l'importance du dépistage précoce et des comportements préventifs.

En combinant ces différents formats, le PNLCC s'assure de maximiser l'impact de sa communication, de favoriser une meilleure compréhension des risques associés aux cancers gynécologiques, et d'encourager les comportements de santé proactifs au sein de la population. Cette approche intégrée est essentielle pour réduire l'incidence de ces cancers et améliorer la santé globale des femmes au Tchad.

La prévention primaire, incluant des interventions destinées à réduire l'exposition aux principaux facteurs de risque aux niveaux individuel et communautaire, est une méthode efficace par rapport à son coût ; on devrait insister à cet égard sur la nécessité d'atteindre les élèves, les adultes, les personnes âgées et les personnes exposées.

Elle permet de s'assurer que les cancers évitables sont visés par les stratégies de promotion de la santé, grâce à une amélioration de la communication en vue d'un changement de comportements. La mise en œuvre des interventions devrait se faire de manière globale, couvrir à la fois les maladies transmissibles et les maladies non transmissibles, et commencer au niveau de la communauté.

Le Programme National de Lutte contre le Cancer (PNLCC) a reçu un financement de la Sanofi Global Health Unit, en partenariat avec l'ONG BASE, pour mettre en œuvre un projet visant à réduire la morbidité et la mortalité liées au cancer et aux maladies non transmissibles (MNT) au Tchad. Ce projet a pour objectifs d'améliorer la prévention et la prise en charge du cancer et des MNT dans trois districts (N'Djamena, Moundou et Abéché), d'impliquer les parties prenantes à travers un plaidoyer pour souligner le fardeau des MNT, et de renforcer la capacité des membres de la société civile.

2. Objectifs et résultats poursuivis

1. Objectif Général :

Accompagner le Programme National de Lutte contre le Cancer au Tchad (PNLCC) dans la création et la mise en œuvre d'outils de communication audiovisuels (microprogrammes TV et radio), numériques et imprimés (affiches, flyers) pour la période 2025-2027. Ces outils viseront à sensibiliser, informer et mobiliser la population autour des enjeux de la lutte contre le cancer, en s'alignant sur la stratégie de communication définie par le PNLCC.

2. Objectifs Spécifiques :

- ❖ Concevoir des microprogrammes TV et radio qui abordent les thématiques clés de la lutte contre le cancer, en intégrant des témoignages, des conseils de santé et des informations sur la prévention.
- ❖ Élaborer des contenus (pour les sites web, réseaux sociaux) numériques interactifs pour toucher un public large et diversifié, en favorisant l'engagement communautaire et les échanges d'informations.
- ❖ Traduire les outils de communication en arabe et en Ngambaye pour garantir leur accessibilité à un public diversifié.
- ❖ Assurer l'impression de haute qualité des outils de communication (flyers, affiches) pour garantir leur visibilité et leur impact lors des séances de plaidoyer.

3. Livrables attendus :

Les livrables attendus pour la mission de production des outils audiovisuels, numériques et imprimés :

- a) **Microprogrammes TV :**
 - Scénarios et scripts détaillés pour chaque épisode.
 - Enregistrements vidéo finalisés, incluant montage et post-production.
 - Génériques et éléments graphiques intégrés.
- b) **Microprogrammes Radios :**
 - Scripts audio pour les émissions.
 - Enregistrements audio finalisés, avec montage et effets sonores.
 - Jingles et éléments sonores.
- c) **Outils numériques :**
 - Contenus pour les réseaux sociaux (images, vidéos, infographies).
 - Articles de blog ou newsletters.
- d) **Supports imprimés de qualité :**
 - Adaptation graphique des profils pour affiches et flyers.
 - Textes rédigés et validés pour chaque support.
 - Impression : Livraison des outils imprimés (flyers, affiches) en quantités déterminées, avec un contrôle qualité.
- e) **Outils traduits en arabe et en Ngambaye :** Tous les supports de communication traduits et adaptés en arabe et en Ngambaye, garantissant l'accès à un public plus large.

Désignation	Quantité
Lot 1	
Production des micro programmes (outils digi- taux, spots radio et TV)-français et arabe	18
Lot 2	
Traduction en arabe, Ngambaye	20
Impression des outils de communication	2400

Ces livrables viseront à renforcer la sensibilisation et l'éducation autour de la lutte contre le cancer au Tchad, en alignement avec la stratégie de communication du PNLCC. Les livrables attendus de cette mission incluent la création de contenus audiovisuels engageants, de supports numériques interactifs et de documents imprimés attractifs. Chacun de ces outils doit s'inscrire dans une stratégie cohérente qui vise à maximiser la portée et l'efficacité des messages diffusés.

3. Approche méthodologique

Le Consultant se référera en premier lieu à la stratégie de communication du PNLCC, des outils de communication déjà conçus, aux documents du projet, au plan national de lutte contre le cancer 2024-2026 et au rapport de l'enquête CAP réalisée dans les provinces du Ouaddaï, du Logone, de Ndjamena auprès des femmes et des personnels de santé ainsi qu'à tout autre document pertinent. Il proposera sa méthodologie pour la réalisation de la mission et fera ses commentaires et propositions sur les termes de référence. Pendant le déroulement de sa mission, le Consultant pourra prendre les avis auprès des différents acteurs et instances impliqués dans la mise en œuvre du projet.

4. Description et organisation de la consultation

Les missions du prestataire sous la supervision du PNLCC et BASE ; sont la production de Microprogrammes Audiovisuels, Numériques et l'impression des outils de communication.

a) Analyse Documentaire :

Revoir et analyser la stratégie de communication 2025-2027, la charte graphique du PNLCC) et la documentation existante relative à la lutte contre le cancer et les maladies non transmissibles (MNT) pour identifier les messages clés et les meilleures pratiques.

b) Évaluation des Besoins :

Effectuer une analyse des besoins en communication des différentes cibles, afin de déterminer les informations essentielles à transmettre.

c) Conception de Contenus :

Élaborer des scénarios et des scripts pour les micro-programmes audiovisuels en tenant compte des spécificités culturelles et linguistiques des groupes cibles.

Créer des contenus numériques interactifs qui favorisent l'engagement et la sensibilisation.

d) Développement de Stratégies de Communication :

Définir des stratégies de communication adaptées pour chaque format (audiovisuel, numérique et imprimé), en précisant les messages, les canaux de diffusion et les publics cibles.

e) Coordination de la Production :

Superviser la production des micro-programmes audiovisuels, y compris le tournage, le montage et la post-production.

Collaborer avec des designers pour l'adaptation des outils de communication imprimés (affiches, flyers, brochures).

f) Rédaction de Rapports :

Rédiger des rapports sur les activités réalisées, les résultats obtenus et les recommandations pour les futures initiatives de communication.

En résumé, le consultant joue un rôle clé dans la conception, la production et l'évaluation des microprogrammes audiovisuels et des outils de communication, en veillant à ce qu'ils soient adaptés aux besoins des cibles et efficaces dans la sensibilisation à la lutte contre le cancer et les MNT.

5. Déroulement et durée de la mission.

La mission se déroulera à Ndjamena du 15 Mars au 15 Avril 2025. La durée totale de la mission est de 30 Jours calendaire.

Le Consultant est placé sous la supervision directe de la Coordinatrice du PNLCC et du chargé de programme de BASE.

L'équipe des consultants devront travailler tout au long de la mission avec le groupe de travail désigné par le PNLCC et dédié à cet exercice.

6. Compétences et qualification requises

Pour produire des outils de communication et des microprogrammes radio et TV efficaces, une agence de communication doit posséder un ensemble varié de compétences :

- ❖ Compréhension approfondie des principes de communication, des stratégies de sensibilisation et des techniques de persuasion.
- ❖ Capacité à rédiger des scripts et des scénarios engageants pour la radio et la télévision.
- ❖ Compétences en storytelling pour transmettre des messages de manière captivante.
- ❖ Compétences techniques en réalisation, tournage, montage et post-production de vidéos et de programmes radio.
- ❖ Maîtrise des logiciels de montage vidéo et audio.
- ❖ Capacité à concevoir des supports visuels attrayants (affiches, brochures, etc.) qui accompagnent les micro-programmes.
- ❖ Capacité à mener des recherches sur les sujets de santé, à analyser les besoins des cibles et à évaluer l'impact des outils de communication.

- ❖ Connaissance des plateformes numériques et des réseaux sociaux pour partager et promouvoir les contenus produits.
- ❖ Compréhension des contextes culturels et sociaux des publics cibles pour adapter les messages de manière appropriée.
- ❖ Capacité à travailler avec divers acteurs (ONG, institutions de santé, société civile) et à établir des partenariats pour renforcer l'impact des initiatives.
- ❖ **Excellentes qualités /capacités :**
 - de communication,
 - de travail en équipe et relationnel,
 - de transmission des savoirs ;
- ❖ Être apte à travailler sous pression ;
- ❖ Faire preuve d'un leadership avéré, d'intégrité et de probité morale.
- ❖ Maîtrise du Français et très bonne capacité de rédaction.

7. Modalités de dépôt de candidatures

Les candidat(e) intéressé(e) voudront bien adresser une Expression d'intérêt incluant les éléments suivants :

- Les documents de l'offre devront porter le titre « Appel d'Offres : **production des outils de communication de lutte contre le cancer au Tchad – [nom du prestataire]** »
- Documents administratifs du cabinet.
- **CV** de l'Expert (e) principal (e) et membres de l'équipe de mission.

Le PNLCC et BASE se réservent le droit de demander aux postulants de présenter les copies des diplômes mentionnés dans leur CV, le cas échéant.

❖ Une proposition technique comprenant :

- Une méthodologie détaillée à partir des objectifs présentés dans le document (le déroulement des étapes est une proposition ouverte que vous pouvez ajuster selon votre méthodologie). Proposer une méthodologie pour la conception des outils de communication audio-visuels et l'impression des outils.
- Un plan de travail détaillé, avec un calendrier clair pour mener à bien la tâche, en précisant les activités, les dates, le lieu de travail et le nombre de jours.
- Au moins deux références pertinentes de consultances effectuées précédemment par le fournisseur et comparables en termes de contenu.
- La proposition méthodologique ne doit pas dépasser 10 pages.

❖ Offre financière

Le budget total doit détailler la décomposition des coûts avec le taux journalier associé le cas échéant.

- Les prix doivent apparaître en CFA, avec et sans TVA (Préciser le Taux de TVA si applicable).
- Le budget total proposé par l'équipe de Consultants doit comprendre tous les coûts facturés au PNLCC

8. Dates et limites :

Les offres reçues après la date limite ne seront pas pris en compte.

Les dossiers de candidature doivent être envoyés aux adresses électroniques suivantes hissein.moussa@base-tchad.org et fatimahaggar@gmail.com avec en objet «**PRODUCTION DES OUTILS DE COMMUNICATION DE LUTTE CONTRE LE CANCER AU TCHAD – [NOM DU PRESTATAIRE]** »

La date limite de réception des dossiers est fixée au **24 Mars 2025 à 12 h 00 mn**



L'Administrateur

Moussa Hisseine Mahamat