



Pensons paix !

TERMES DE REFERENCE

VULGARISATION DES BONNES PRATIQUES SUR LA DESINFORMATION ET L'UTILISATION DES MEDIAS SOCIAUX, LA PRODUCTION DE CAPSULES VIDEO COURTES POUR LES PLATEFORMES NUMERIQUES ET DE PODCASTS.

FOKABEN/ Jeunes Ambassadeurs contre la Désinformation et pour l'Éthique sur les réseaux sociaux'' (JADE).

Mis en œuvre par Think Peace en sur financement du Search for Common Ground

Table des matières

I.	Contexte et justification :	3
II.	Objectifs du projet.....	4
1.	Objectif général :.....	4
2.	Objectifs spécifiques :	4
III.	Résultats attendus	4
	Résultat spécifique 1 :.....	4
	Résultat spécifique 2 :.....	5
	Résultat spécifique 3 :.....	5
IV.	Méthodologie d'exécution :	5
<input type="checkbox"/>	Production de 24 capsules vidéo :	5
<input type="checkbox"/>	Production de 5 podcasts :	5
<input type="checkbox"/>	Vulgarisation des bonnes pratiques :	5
V.	Participants.....	6
VI.	Livrables	7
VII.	Budget	7
VIII.	Dossier du consultant	7
IX.	Propriété des données.....	8
X.	Modalité de soumission	8
XI.	Date et lieu :.....	9

I. Contexte et justification :

Depuis 2012, le Mali traverse une crise multidimensionnelle qui a profondément affecté sa stabilité. Cette situation complexe se caractérise par des défis sécuritaires, politiques et socio-économiques qui persistent. Le nord et le centre du pays sont particulièrement touchés par l'insécurité, avec la présence de groupes armés et des tensions intercommunautaires. Cette instabilité a fragilisé les institutions de l'État et affecté la cohésion sociale. Dans ce contexte tendu, la propagation de la désinformation est devenue un enjeu majeur, menaçant davantage la stabilité du pays et le bien-être de ses 20,9 millions d'habitants (Banque Mondiale, 2022)¹. La désinformation touche tous les aspects de la vie au Mali, de la sécurité à la santé publique, en passant par le processus démocratique.

Le paysage médiatique malien connaît une évolution rapide, reflétant les changements technologiques mondiaux. En 2023, le taux de pénétration d'Internet au Mali atteint 32,7% de la population, soit environ 6,8 millions d'utilisateurs (Datareportal, 2023). Cette progression est particulièrement notable dans les zones urbaines, où les smartphones et l'accès à Internet deviennent de plus en plus courants. Les médias sociaux gagnent en popularité, devenant une source d'information privilégiée pour de nombreux Maliens connectés. La fracture numérique entre les zones urbaines et rurales du Mali ajoute une complexité supplémentaire à la lutte contre la désinformation. Les populations urbaines, représentant 44,5% du pays, sont exposées à un flux constant d'informations en ligne, nécessitant des compétences en littératie numérique pour naviguer efficacement dans cet environnement informationnel. En revanche, les populations rurales, qui constituent 55,5% du pays (Banque Mondiale, 2022), restent plus vulnérables aux rumeurs et aux fausses informations transmises oralement ou par des canaux traditionnels. Cette disparité exige une approche différenciée dans les stratégies de sensibilisation et d'éducation à la désinformation. Il est crucial de développer des méthodes adaptées à chaque contexte pour atteindre efficacement l'ensemble de la population malienne.

Face à ces défis, il est crucial de mettre en place des initiatives de sensibilisation et d'éducation adaptées aux réalités maliennes. C'est dans ce sens que le projet de jeunes ambassadeurs contre la désinformation et pour l'éthique sur les médias sociaux (JADE) sous le financement de Search for Common Ground à travers son projet FOKABEN vise à produire et diffuser des contenus multimédias (vidéos et podcasts) pour sensibiliser la population aux dangers de la désinformation. En combinant **la vulgarisation des bonnes pratiques sur la désinformation et l'utilisation des médias sociaux, la production de capsules vidéo courtes pour les**

¹ <https://donnees.banquemondiale.org/pays/mali>

plateformes numériques et de podcasts pour une diffusion plus large, y compris sur les médias traditionnels, cette initiative ambitionne de toucher un large spectre de la population malienne plus précisément les six localités d'intervention du projet FOKABEN (**régions de Kayes, Nioro du Sahel, Mopti, Bandiagara, Gao et le District de Bamako**). L'objectif principal de ce TDR est de fournir une feuille de route claire pour la production et la diffusion de contenus multimédias de sensibilisation. Il détaillera les objectifs spécifiques du projet. Il précisera également les résultats attendus, et une attention particulière sera portée à la méthodologie d'exécution, qui comprendra la vulgarisation des bonnes pratiques sur la désinformation et l'utilisation des médias sociaux, la production de capsules vidéo et de podcasts, ainsi que leur diffusion à travers divers canaux de communication adaptés aux contextes urbains et ruraux. Enfin, le TDR soulignera l'importance de l'implication active des parties prenantes clés, notamment les médias locaux, les leaders communautaires, les organisations de la société civile et les institutions gouvernementales concernées, pour assurer une mise en œuvre efficace et durable du projet.

II. Objectifs du projet

1. Objectif général :

Renforcer la résilience de la société malienne face à la désinformation et aux messages de haine en mobilisant les jeunes influenceurs et en sensibilisant la population à travers des contenus multimédias adaptés aux réalités locales.

2. Objectifs spécifiques :

Objectifs spécifique 1 : Renforcer les capacités des jeunes et des femmes en matière de veille, d'identification et de réponse aux messages haineux et fausses informations.

Objectifs spécifique 2 : Produire et diffuser des contenus multimédias à travers 24 capsules vidéo et 5 podcasts d'ici la fin du projet pour sensibiliser la population malienne aux dangers de la désinformation et promouvoir des pratiques de consommation critique de l'information.

Objectifs spécifique 3 : Vulgariser les bonnes pratiques sur la lutte contre la désinformation et l'utilisation responsable des médias sociaux auprès des populations urbaines et rurales des six localités d'intervention du projet FOKABEN.

III. Résultats attendus

Résultat spécifique 1 :

Un réseau de jeunes influenceurs formés ayant des compétences de démystification des fausses informations sont renforcées et sont actifs dans la lutte contre la désinformation est établi dans les six localités ciblées.

Résultat spécifique 2 :

24 capsules vidéo de sensibilisation sur la désinformation sont produites et largement diffusées sur les plateformes numériques.

Résultat spécifique 3 :

Un guide des bonnes pratiques sur l'utilisation des médias sociaux et la lutte contre la désinformation est élaboré et largement diffusé.

IV. Méthodologie d'exécution :

- Un appel d'offres sera lancé pour le recrutement d'un cabinet spécialisé dans le média et la communication pour tout aspect technique.
- Le cabinet mettra en place une plateforme en ligne pour faciliter l'échange continu d'informations et de bonnes pratiques entre les participants.

❖ Production de 24 capsules vidéo :

- Le cabinet développera des scénarios adaptés aux réalités locales des six zones d'intervention.
- Les vidéos seront tournées dans les langues locales avec des sous-titres en français.
- Des jeunes influenceurs formés participeront à la réalisation des vidéos pour assurer l'authenticité du message.
- Le cabinet assurera le montage et la post-production des capsules.

❖ Production de 5 podcasts :

- Le cabinet concevra une série de podcasts abordant différents aspects de la désinformation. Les thématiques seront proposées et validées par l'équipe de Think Peace.
- Des experts locaux et des jeunes ambassadeurs seront invités à participer aux enregistrements.
- Les podcasts seront produits dans les langues locales

❖ Vulgarisation des bonnes pratiques :

- Le cabinet créera un guide des bonnes pratiques sur l'utilisation des médias sociaux et la lutte contre la désinformation en collaboration avec l'équipe Think Peace et les partenaires.
- Ce guide sera conçu de manière visuelle et interactive, adapté aux différents niveaux de littératie.

- Des diffusions en ligne pour la sensibilisation seront organisées dans les six localités, dirigées conjointement par le cabinet et les jeunes ambassadeurs formés.
- Le cabinet développera des supports de communication complémentaires (affiches, brochures) pour renforcer les messages clés du guide.

Diffusion :

- Le cabinet élaborera une stratégie de diffusion multicanale, incluant les réseaux sociaux, les radios locales, et les plateformes de streaming.
- Des partenariats seront établis avec des médias locaux pour assurer une large diffusion.
- Les jeunes influenceurs formés seront mobilisés pour partager et promouvoir les contenus dans leurs réseaux.

Suivi et évaluation :

- Le cabinet mettra en place un système de suivi pour mesurer la portée et l'impact des contenus produits.
- Des enquêtes post-intervention seront menées pour évaluer l'évolution des connaissances et des comportements.
- Des rapports d'étape et un rapport final seront produits, détaillant les réalisations, les défis rencontrés et les leçons apprises.

V. Participants

- Cabinet experts en éducation aux médias recrutés pour concevoir les programmes de formation et animer les rencontres,
- Equipe Think Peace et des autres partenaires du projet FOKABEN
- 120 jeunes influenceurs pré-sélectionnés (20 par localité) selon les critères suivants :
 - Jeunes de 18 à 35 ans
 - Forte audience et engagement en ligne
 - Volonté de s'impliquer dans la lutte contre la désinformation

VI. Livrables

Les livrables suivants sont attendus de la part du cabinet :

- Un rapport initial détaillant la méthodologie d'exécution, et le calendrier d'exécution des activités, un guide sur les bonnes pratiques,
- Des rapports mensuels sur l'avancement de l'ensemble des activités, y compris les progrès des participants et les défis rencontrés.
- Un rapport d'évaluation à mi-parcours (après 3 mois) avec des recommandations pour ajuster le programme si nécessaire.
- Un rapport final comprenant :
 - Une analyse de l'évolution des compétences des jeunes ambassadeurs
 - Un bilan des contenus produits et de leur impact sur les réseaux sociaux
 - Des recommandations pour la pérennisation du réseau de jeunes ambassadeurs
- Une compilation des meilleurs contenus produits par les jeunes ambassadeurs.

VII. Budget

Le consultant soumettra une proposition financière détaillée.

VIII. Dossier du consultant

Le cabinet fournira :

1. Proposition technique

- Compréhension du contexte malien et des enjeux de la désinformation
- Méthodologie détaillée de l'exécution des activités
- Plan d'exécution des activités
- Stratégie pour assurer l'engagement continu des participants
- Approche pour évaluer les progrès et l'impact du programme

2. Proposition financière

- Budget détaillé selon les postes mentionnés dans la section

- Une justification des coûts proposés

IX. Propriété des données

Toutes les données collectées et les contenus produits dans le cadre de ce projet seront la propriété conjointe de Think Peace Mali et des jeunes ambassadeurs. Les contenus pourront être utilisés par Think Peace Mali à des fins de promotion et d'évaluation du projet, tout en respectant les droits d'auteur des jeunes créateurs.

X. Modalité de soumission

- Les cabinets intéressés sont invités à soumettre leur dossier complet, comprenant une proposition technique et financière détaillée, par email à l'adresse suivante : contact@thinkpeace-sahel.org
- La date limite de soumission est fixée au **19 juillet 2024 à 12h00 (heure locale de Bamako)**.
- L'objet de l'email doit impérativement être libellé comme suit : "**Candidature - Production et diffusion de contenus multimédias contre la désinformation**"
- Les dossiers incomplets ou reçus après la date et l'heure limites ne seront pas pris en considération. Seuls les candidats présélectionnés seront contactés pour la suite du processus.
- **Expériences du cabinet et ou de l'équipe de consultant**

Le cabinet ou l'équipe de consultants devra démontrer :

- Une expérience solide d'au moins 5 ans dans le domaine de l'éducation aux médias et de la lutte contre la désinformation,
- Une connaissance approfondie des réseaux sociaux et des stratégies de communication digitale, y compris la production de contenus multimédias (vidéos, podcasts) adaptés aux plateformes en ligne.
- Une compréhension démontrée des enjeux sociopolitiques du Mali, notamment en ce qui concerne la jeunesse et les défis liés à la désinformation.
- Une capacité à travailler dans les langues locales maliennes, en plus du français, sera considérée comme un atout majeur.
- Une expérience dans la production de guides pratiques et de matériels de formation sur la littératie médiatique et la lutte contre la désinformation.

- Des compétences en analyse des médias sociaux et en évaluation de l'impact des campagnes de sensibilisation en ligne.
- Une capacité démontrée à collaborer efficacement avec diverses parties prenantes, y compris les organisations de la société civile, les médias locaux et les institutions gouvernementales.

XI. Date et lieu :

Ces activités seront menées à Bamako, régions de Kayes, Nioro du Sahel, Mopti, Bandiagara, Gao tout au long du projet de **juillet en novembre**.