

**DEMANDE DE PROPOSITION**

LRPS-GUI-2026-9202223

19/01/2026

**UNITED NATIONS CHILDREN'S FUND (UNICEF) en Guinée** lance un appel à propositions en vue du recrutement d'une ou de plusieurs agences de communication qualifiées, dans le cadre d'Accords à Long Terme (LTA) non exclusifs. Les agences sélectionnées devront démontrer une expertise avérée dans la production de contenus de haute qualité, destinés à appuyer les actions de communication de l'UNICEF en Guinée, tant en contexte de développement que de situations d'urgence.

**IMPORTANT – INFORMATION ESSENTIELLE**

Les propositions seront envoyées par courriel à l'adresse électronique suivante :

[UNICEFGuinea-Bidding@unicef.org](mailto:UNICEFGuinea-Bidding@unicef.org);

Avec pour objet :

**UNICEF-LRPS-GUI-2026-9202223** « Accord à long terme (LTA) pour le recrutement d'une ou de plusieurs agences de communication qualifiées »

**NB :** La proposition financière sera soumise en format PDF protégé par un mot de passe. Ce mot de passe ne doit pas être communiqué lors de la soumission. Seules les structures ayant une proposition technique jugée de bonne qualité par le comité technique seront contactées ultérieurement pour communiquer le mot de passe permettant d'avoir accès à la proposition financière.

Le non-respect de ces principes, viole la transparence et la mise en compétition équitable et constitue dès lors un motif d'irrecevabilité et de rejet pur et simple de l'ensemble du dossier de soumission

**LA DATE LIMITE DE RECEPTION DES OFFRES EST FIXEE AU DIMANCHE 08 FEVRIER 2026 A 23H 59 GMT+0.**

Toutes les offres reçues après la date et heures indiquées ou envoyées à toute autre adresse, seront rejetées.

Monnaie de soumission : **GNF**

Terme de paiement : dans les 30 jours après réception de la facture.

Cette demande de proposition est **ouverte**.

Pour toutes questions relatives aux termes de références, veuillez contacter : [snadal@unicef.org](mailto:snadal@unicef.org) en copiant [UNICEFGuinea-Bidding@unicef.org](mailto:UNICEFGuinea-Bidding@unicef.org)

**Il est important de lire toutes les dispositions de la Demande de Proposition, pour assurer la meilleure compréhension des conditions requises par l'UNICEF et pouvoir présenter une proposition en conformité et complète avec TOUTES LES PIECES DEMANDEES. Notez qu'à défaut d'être en conformité, toute proposition pourra être invalidée.**

**CETTE DEMANDE DE PROPOSITION A ETE :**

**Préparée par :**

Anne Marie Zogbelemou  
Supply Assistant  
[azogbelemou@unicef.org](mailto:azogbelemou@unicef.org)



19.01.2026

**Vérifiée par :**

Laurent Badaut  
Supply Specialist  
[lbadaut@unicef.org](mailto:lbadaut@unicef.org)



Type text here

## **FORMULAIRE D'OFFRE**

Le **FORMULAIRE D'OFFRE** doit être rempli, signé et renvoyé à l'UNICEF. Pour être valide, la proposition doit être constituée du présent formulaire accompagné de :

- **La proposition technique**
- **La proposition financière**

L'offre doit être faite suivant les instructions contenues dans cette demande de proposition. Elle est constituée des documents listés ci-dessus, il est inutile de renvoyer le texte de la demande de proposition.

## **TERMES ET CONDITIONS DU CONTRAT**

Tout contrat résultant de cette Demande de Proposition contiendra les Conditions Générales de l'UNICEF (Section C de ce document) ainsi que tout autre Terme et Condition spécifique détaillé dans cette Demande de Proposition.

Le Soussigné, ayant lu les Conditions Générales et Particulières de la Demande de Proposition numéro **LRPS-GUI-2026-9202223** énoncés dans le document ci-joint, propose d'exécuter les services dans les Termes et Conditions énoncés dans le document.

Signature et cachet : \_\_\_\_\_

Date : \_\_\_\_\_

Nom et Titre : \_\_\_\_\_

Société : \_\_\_\_\_

Adresse Postale : \_\_\_\_\_

Tel/Cell Nos : \_\_\_\_\_

E-mail : \_\_\_\_\_

Validité de la Proposition : 90 jours

Devise de la Proposition : **Francs Guinéens (GNF)**

Veuillez préciser après avoir pris connaissance des Termes de Paiement du Système des Nations Unies énoncés dans ce document, quelle est la remise proposée en fonction du délai de paiement :

10 Days 3.0%                      15 Days 2.5%                      20 Days 2.0%                      30 Days Net

Autre rabais commercial proposé : \_\_\_\_\_

<b>A INSTRUCTIONS AUX SOUMISSIONNAIRES</b>
--

**A.1 Objet de la Demande de Proposition**

Cette Demande de Proposition (DDP) a pour but de recruter une ou plusieurs agences de communication qualifiées, dans le cadre d'Accords à Long Terme (LTA) non exclusifs. Les agences sélectionnées devront démontrer une expertise avérée dans la production de contenus de haute qualité, destinés à appuyer les actions de communication de l'UNICEF en Guinée, tant en contexte de développement que de situations d'urgence.

**A.2 Objectifs du projet**

Le but du présent document est de solliciter des propositions de services :

- D'une ou plusieurs agences de communication qualifiées, dans le cadre d'Accords à Long Terme (LTA) non exclusifs.

**Demande d'information complémentaire**

Les demandes d'informations complémentaires relatives à cette DDP seront adressées par écrit à l'unité des Approvisionnements du bureau de l'UNICEF **cinq jours avant la date de clôture** des soumissions à l'adresse électronique suivante : [supplyguinee@unicef.org](mailto:supplyguinee@unicef.org).

Les réponses aux demandes écrites seront envoyées par écrit à l'entreprise pour cette DDP.

**A.3 Format de réponse**

La société soumissionnaire doit donner assez d'information pour chaque section de cette demande de proposition afin que l'équipe d'évaluation de l'UNICEF puisse faire une évaluation correcte et juste de la Société. Les instructions en point A.5 doivent être scrupuleusement respectées au risque de voir la soumission rejetée.

**A.4 Soumission des Propositions****A.4.1 Présentations des propositions**

Les soumissionnaires devront envoyer leurs propositions technique et financière par courriel dans un dossier, en protégeant la proposition financière par un mot de passe qui leur sera demandé lorsqu'ils passeront la phase de l'évaluation technique.

- Le dossier global devra être libellé **LRPS-GUI-2026-9202223 LTA COMMUNICATION**
  - 1. Proposition Technique
  - 2. Proposition Financière
- **Attention : Aucune information financière ne doit apparaître dans l'offre technique.**

En cas de non-respect de cette instruction, l'UNICEF ne pourra en aucun cas être tenu responsable si l'offre est égarée ou si elle est ouverte prématurément et par conséquent non retenue dans le processus.

**A.4.2 Date limite de remise des offres**

- Les propositions devront être envoyées au plus tard le **dimanche 08 février à 23h 59 GMT+0**
- Toutes propositions reçues après la date et l'heure indiquées ne seront pas considérées

- Aucune proposition ne peut être modifiée après la date et l’heure fixées pour la remise des offres

#### **A.4.3 Modifications/retraits des offres**

- Avant la date limite, les soumissionnaires peuvent modifier ou retirer leur proposition après notification écrite reçue par l’UNICEF.
- Le Dossier de retrait/modification devra indiquer **UNICEF-LRPS-GUI-2026-9202223 LTA COMMUNICATION**
- Le Dossier devra aussi indiquer la mention « MODIFICATION » ou « RETRAIT »

### **A.5 Eclaircissements à apporter aux propositions**

La demande d’éclaircissements sur une proposition et la réponse qui lui est apportée seront formulées par courriel et aucun changement du contenu de la soumission n’est recherché, sauf si cela est nécessaire pour confirmer la correction d’erreurs de calcul découvertes par l’UNICEF lors de l’évaluation des soumissions.

### **A.6 Références**

Les soumissionnaires devront donner le nom et les coordonnées clients auxquels ils auront fourni le même type de services. UNICEF se réserve le droit de contacter ces clients, sans en informer les Soumissionnaires.

### **A.7 Sous-traitance**

Non Applicable.

### **A.8 Droits d’UNICEF**

UNICEF se réserve le droit d’accepter ou de rejeter toute offre, quelle qu’elle soit. UNICEF se réserve le droit d’annuler la procédure de Demande de Proposition et d’écarter toutes les offres, à un moment quelconque avant l’attribution des marchés, sans recours de responsabilité quelconque vis-à-vis du ou des soumissionnaires concernés et sans être tenu d’informer le ou les soumissionnaires affectés des raisons de sa décision. Les offres incomplètes, raturées, ou présentant des vices de forme ne seront pas retenues.

UNICEF ne pourra pas être retenu responsable des dépenses que les soumissionnaires auront engagées pour préparer leurs réponses à la Demande de Proposition.

### **A.9 Propriété d’UNICEF**

Cette DDP, les demandes d’informations supplémentaires et les offres envoyées sont considérées la propriété d’UNICEF. Tout le matériel soumis en réponses à cette DDP restera à l’UNICEF. Toutes les propositions non retenues seront détruites par l’UNICEF après une période de 6 mois à compter de l’ouverture des plis techniques.

### **A.10 Langue de la Proposition**

Le Français est la seule langue acceptée pour cette Demande de Proposition.

### **A.11 Propriété de l’Information**

Non Applicable.

**A.12 Avance**

Non Applicable.

**A.13 Evaluation des Propositions**

Les offres seront évaluées par une commission composée de membres de l'UNICEF et possiblement d'expertise externe à l'UNICEF. Les décisions de la commission seront prises sur la base des critères édictés dans cette demande de proposition et ne souffriront d'aucune ingérence extérieure.

**Les Critères d'évaluations:**

Les cabinets intéressés devront soumettre une offre technique et une offre financière présentées séparément.

L'évaluation des offres se déroule en deux temps.

L'évaluation des propositions techniques est achevée avant l'ouverture et la comparaison des propositions financières ;

**a. Evaluation Technique**

La proposition technique sera évaluée sur son degré de correspondance aux termes de référence et sur la base des critères suivants :

N°	Critères d'évaluation technique	Éléments d'appréciation	Note maximale
1	<b>Réputation et crédibilité de l'agence</b>	Réputation générale, crédibilité, fiabilité et positionnement dans le secteur. Fourniture de <b>cinq (5) références distinctes</b> relatives à des contrats similaires.	<b>10 points</b>
2	<b>Capacité organisationnelle et institutionnelle</b>	Capacité globale influençant la mise en œuvre : structure de gestion, stabilité financière, capacité de financement des projets, mécanismes de contrôle et de gestion de projet, niveau éventuel de sous-traitance (ex. impression). Soumission des documents justificatifs requis et d'un <b>texte explicatif de deux (2) pages maximum</b> démontrant la capacité de l'agence.	<b>15 points</b>

3	<b>Expérience avec des organisations internationales</b>	Expérience préalable avec des organisations internationales de développement et humanitaires. Soumission d'au moins <b>cinq (5) exemples pertinents de travaux antérieurs</b> (fichiers électroniques et/ou liens en ligne), en lien direct avec le(s) lot(s) sollicité(s). Les exemples doivent inclure une combinaison de contenus en <b>français et en anglais</b> . Une expérience avec les <b>agences des Nations Unies, en particulier l'UNICEF</b> , constitue un atout majeur.	<b>15 points</b>
4	<b>Compréhension des exigences de la mission</b>	Degré de compréhension des termes de référence et niveau de détail apporté aux aspects clés de la mission.	<b>10 points</b>
5	<b>Qualité de la proposition technique et du portefeuille</b>	Qualité globale de la proposition technique et du portefeuille soumis, démontrant notamment : • un portefeuille équilibré entre productions imprimées et numériques ; • une conception claire, lisible et visuellement attractive (infographies, illustrations, visuels, animations) ; • des exemples créatifs et de haute qualité, alignés sur les normes et objectifs de communication de l'UNICEF ; • une capacité à développer des icônes adaptées à l'identité, aux thématiques et aux publics cibles ; • une aptitude à proposer des conceptions innovantes et dynamiques intégrant des éléments graphiques modernes et des références aux technologies numériques.	<b>50 points</b>
	<b>Total</b>		<b>100 points</b>

Seront jugées qualifiées, les propositions techniques qui obtiendront 70% de la note maximale de 100 points ; cette note technique sera pondérée à 70%.

Dans une deuxième étape du processus d'évaluation, les enveloppes financières seront ouvertes et les offres financières comparées.

#### **b. Evaluation financière**

Les Propositions Financières seront ensuite évaluées sur 30 et le total de points possible est de 100 points. Le maximum de points sera donné à la proposition la moins chère qui a été ouverte et comparée aux autres soumissionnaires qui ont atteint le score nécessaire dans l'évaluation de la proposition technique. Toutes les autres propositions financières recevront les points de façon inverse à la Proposition la mieux disant.

La formule utilisée pour établir les scores financiers est la suivante :  $Sf = 100 \times Fm/F$ , Sf étant le score financier, Fm la proposition la mieux disant et F le montant de la proposition considérée

Les couts de la proposition financière devront être calculés et apparaitre en **Francs Guinéens GNF**

En règle générale, les marchés de l'UNICEF comme ceux du système commun des Nations Unies sont hors taxe

**c. Evaluation combinée**

Les propositions sont classées en fonction de leurs scores technique (St) et financier (Sf) combinés après introduction de pondérations (T étant le poids attribué à la Proposition technique et P le poids accordé à la Proposition financière ; T + P étant égal à 1 :

$$S = (St \times T\%) + (Sf \times P\%)$$

L'attribution se fera sur la base 70/30. Ainsi, les poids respectifs attribués aux Propositions technique et financière sont :

Proposition Technique = 70  
Proposition financière = 30

**d. Attribution du marché**

Le marché sera attribué à l'agence ou aux agences sélectionnées suivant les deux (02) options ci-après :

1. A l'agence techniquement qualifié ayant présenté l'offre financière la plus basse parmi les agences techniquement qualifiées ; applicable pour les services de support ou de nature relativement simple suivant les exigences des TDRs ;
2. A l'agence ayant présenté le meilleur score combiné - rapport qualité/prix, évaluation cumulative - (Technique pondérée à 70% + Financière à 30%). Applicable pour les services intellectuels plus complexes suivant les exigences des TDRs ;

Cette note financière combinée à 30% est calculée pour chaque proposition sur la base de la formule suivante : Note financière A = [(Offre financière la moins disant)/Offre financière de A] x 30

Les offres sont ensuite évaluées et comparées par le Comité de Révision des Contrats d'UNICEF Guinée (CRC).

**Le soumissionnaire ayant obtenu le score technique et financier combiné le plus élevé se verra attribuer le marché.**

#### **A.14 Corruption ou manœuvres frauduleuses**

S'il existe des raisons irréfutables portant à croire que l'Entreprise s'est livrée à la corruption ou à des manœuvres frauduleuses au cours de l'attribution ou de l'exécution du Marché, UNICEF Guinée peut, quinze (15) jours après le lui avoir notifié, résilier le Contrat et les dispositions des paragraphes ci-après sont applicables de plein droit.

Aux fins de ce paragraphe, les termes ci-après sont définis comme suit :



- (i) Est coupable de **“corruption”** quiconque offre, donne, sollicite ou accepte un quelconque avantage en vue d’influencer l’action d’un staff de UNICEF Guinée au cours de l’attribution ou de l’exécution d’un Marché, et
- (ii) se livre à des **“manœuvres frauduleuses”** quiconque déforme ou dénature des faits afin d’influencer l’attribution ou l’exécution d’un Marché de manière préjudiciable à UNICEF Guinée. “Manœuvres frauduleuses” comprend notamment toute entente ou manœuvre collusoire des Soumissionnaires (avant ou après la remise de la Proposition) visant à maintenir artificiellement les prix des offres à des niveaux ne correspondant pas à ceux qui résulteraient du jeu d’une concurrence libre et ouverte, et à priver UNICEF Guinée des avantages de cette dernière.

UNICEF Guinée rejettera une proposition d’attribution s’il est avéré que l’Attributaire proposé est coupable de corruption ou s’est livré à des manœuvres frauduleuses pour l’attribution de ce Marché.

UNICEF Guinée exclura une Entreprise indéfiniment ou pour une période déterminée de toute attribution de Marchés sous sa responsabilité, s’il est établi à un moment quelconque, que cette Entreprise s’est livrée à la corruption ou à des manœuvres frauduleuses en vue de l’obtention ou au cours de l’exécution d’un Marché sous sa responsabilité.

#### **A.15 Négociation.**

Les soumissionnaires répondant le mieux aux intérêts de l’UNICEF seront conviés à une réunion afin de spécifier les fournitures, moyens et services qui seront contractés.

#### **A.16 Adjudication de la demande de proposition.**

La soumission répondant le mieux aux intérêts de l’UNICEF sera celle qui aura présenté les documents généraux, techniques et financiers demandés, conformes avec les termes de référence et qui aura obtenu le nombre total de points (propositions technique et financière) le plus élevé.

#### **A.17 Annulation de l’adjudication**

Au cas où l’adjudicataire manquerait de présenter la documentation requise suite à l’évaluation de sa proposition et/ou de signer le contrat dans un délai de 15 (quinze) jours calendaires suivant la notification officielle d’adjudication, cette adjudication pourra être annulée sans aucun droit de recours de la part de l’Adjudicataire. Dans ce cas, l’UNICEF pourra adjudger le contrat au soumissionnaire le mieux disant ou pourra lancer une nouvelle Demande de Propositions.

## B) TERMES DE REFERENCE

### I. Contexte et Justification :

Le Bureau de l'UNICEF en Guinée œuvre pour la réalisation des droits de chaque enfant dans les domaines de la santé, de la nutrition, de l'éducation, de la protection et de l'eau, hygiène et assainissement, en alignement avec les priorités nationales et l'agenda de développement du Gouvernement de Guinée. La communication joue un rôle central pour valoriser les résultats, appuyer le plaidoyer, renforcer les partenariats et soutenir la mobilisation de ressources en faveur de chaque enfant de Guinée.

Bien que le bureau mette en œuvre un large éventail d'activités de communication, l'équipe fait régulièrement face à des contraintes de capacité dans des domaines tels que la production vidéo, la photographie, le design graphique, l'édition, la mise en page ou encore l'impression.

Afin de répondre à ces besoins et de garantir des produits de communication de haute qualité, professionnels et livrés dans des délais adaptés, l'UNICEF Guinée souhaite établir des Accords à Long Terme (LTA) avec une ou plusieurs agences capables d'assurer les services de communication, incluant la production vidéo et photo, le montage, le design graphique et la réalisation de supports imprimés.

Ces LTA permettront au bureau de renforcer la visibilité de ses programmes, de documenter les résultats pour les enfants, de nourrir un plaidoyer fondé sur des preuves, et de contribuer aux efforts de partenariat et de mobilisation de ressources aux niveaux national, régional et international.

### II. Objectifs, Finalité et Résultats attendus

#### Objet :

Établir un ou plusieurs Accords à Long Terme (LTA), non exclusifs, avec des agences de communication expérimentées capables de produire des contenus de haute qualité pour soutenir les efforts de communication de l'UNICEF en Guinée, dans les contextes de développement comme d'urgence.

#### Objectifs :

- Identifier et contractualiser une ou plusieurs agences disposant d'un solide portfolio en photographie, production vidéo, design graphique, et impression.
- Garantir l'accès à des prestataires capables de livrer des produits de communication de haute qualité, dans les délais, et conformes aux standards de l'UNICEF.
- Renforcer les capacités du bureau UNICEF Guinée afin d'accroître la visibilité des résultats et de l'impact en matière de représentation, de plaidoyer et de mobilisation de ressources.

#### Résultats attendus :

- Signature d'un ou plusieurs Accords à Long Terme avec des agences qualifiées à l'issue d'un processus de sélection compétitif.
- Disponibilité d'un vivier de prestataires capables de produire des contenus professionnels et de qualité dans des délais serrés.
- Production régulière de supports de communication de haute qualité (vidéos, photos, infographies, récits écrits, supports imprimés) adaptés aux besoins du Bureau pays.
- Engagement d'agences capables de travailler parfaitement en français et disposant également d'un anglais correct + langues vernaculaires.
- Amélioration de la visibilité du travail et des résultats de l'UNICEF en Guinée grâce à des contenus percutants et ancrés dans les réalités du terrain.

### **III. Description de la tâche**

Les agences de communication sélectionnées devront fournir les services et produits tels que décrits dans les spécifications partagées. Le périmètre de travail dans le cadre des Accords à Long Terme (LTA) est réparti en trois catégories de services distinctes, appelées lots :

- **Lot 1 : Services de vidéo et de photographie** – incluant les tournages et prises de vue sur le terrain, ainsi que la collecte d'interviews et de témoignages.
- **Lot 2 : Services éditoriaux et de design graphique** – incluant la révision, la correction, la rédaction, ainsi que la mise en page/conception de supports de communication.
- **Lot 3 : Services d'impression** – incluant l'impression de haute qualité de rapports, brochures, kakemonos, bannières et autres produits de communication.

**Les agences peuvent soumettre une proposition pour un, deux ou l'ensemble des trois lots. Toutefois, l'attribution des LTAs pourra conduire à la sélection de prestataires différents pour chaque lot, en fonction de la qualité et de la compétitivité de leurs offres. Il est important de noter que les soumissions partielles au sein d'un même lot ne seront pas acceptées.**

Par exemple, une proposition pour le Lot 1 doit couvrir l'ensemble des composantes de production vidéo et photo, y compris la post-production ; soumettre une offre financière portant uniquement sur une partie des services requis (ex. : production vidéo sans post-production) sera considéré comme incomplet et donc non recevable.

### **IV. Livrables :**

#### **Lot 1 : Vidéo et Photographie (y compris la collecte d'interviews)**

Les livrables peuvent inclure, sans s'y limiter :

- Vidéos courtes pour les réseaux sociaux (30 sec – 2 min)
- Vidéos de type documentaire (3–5 min)
- Interviews et témoignages (bruts et montés)
- Images d'illustration (B-roll) tournées sur le terrain
- Reportages photos et séries thématiques
- Portraits et photos d'action en haute résolution (avec légendes et métadonnées)
- Contenus vidéo sous-titrés et déclinés (anglais, français, portugais selon les besoins)
- Images prises par drone (lorsque faisable et autorisé)
- Storyboard et scripts de tournage
- Vidéos finales montées, avec et sans sous-titres/logos
- Photothèque organisée par thème ou campagne (entre 100 et 150 photos par campagne)

#### **Lot 2 : Révision, Correction, Conception Graphique et Mise en Page**

Les livrables peuvent inclure, sans s'y limiter :

- Rapports, notes et articles révisés et corrigés

- Rédaction d'histoires centrées sur l'humain ou de récits de réussite
- Infographies (statiques et animées)
- Modèles d'identité visuelle (PowerPoint, fiches d'information, brochures, etc.)
- Mise en page et conception de rapports, brochures, flyers et notes de politique publique
- Visuels pour les réseaux sociaux et supports numériques de campagne
- Fichiers sources modifiables (InDesign, Illustrator, etc.)
- Modèles brandés pour le bureau de l'UNICEF Guinée
- Versions multilingues des contenus (FR/EN)
- Kits visuels pour campagnes thématiques ou initiatives de plaidoyer / mobilisation de ressources

### **Lot 3 : Impression**

Les livrables peuvent inclure, sans s'y limiter :

- Rapports, notes de politique et brochures imprimés (entre 15 et 40 pages)
- Flyers, dépliants et affiches (entre 1 et 4 pages)
- Kakemonos et impressions grand format
- Chemises à rabats et papeterie institutionnelle
- Kits pour événements (badges, carnets, signalétique)
- Conditionnement et distribution des supports imprimés
- Options d'impression respectueuses de l'environnement
- Livraison à Conakry et possiblement en région
- Épreuves d'impression pour validation de la qualité
- Gestion sécurisée de la marque UNICEF et de l'identité visuelle

### **V. Exigences en matière de déclaration**

Les agences doivent être en mesure de travailler couramment en français, des capacités en anglais et en langues vernaculaires.

Tous les fichiers finaux doivent être fournis en haute résolution et dans des formats optimisés pour plusieurs plateformes, notamment l'impression, la diffusion et le numérique (réseaux sociaux, sites web, etc.).

L'ensemble des livrables doit être versé sur une plateforme de partage de fichiers sécurisée et fiable, garantissant l'absence de toute perte de qualité lors du téléchargement.

Les productions vidéo doivent respecter strictement les spécifications techniques et les exigences de format fournies par l'UNICEF pour chaque mission.

### **VI. Durée**

L'Accord à Long Terme (LTA) sera établi pour 24 mois, renouvelable sur la base des rapports d'évaluation des performances.

## **VII. Expérience professionnelle requise**

Les agences doivent démontrer :

- Une expérience solide et avérée en production audiovisuelle, incluant le motion design, le montage vidéo et l'animation graphique.
- Une bonne connaissance du système des Nations Unies, en particulier de l'UNICEF
- Une parfaite connaissance du contexte Guinéen
- La présence d'une équipe composée d'experts qualifiés
- Des références pertinentes ainsi qu'un portfolio de missions précédentes d'une portée et d'une complexité similaires
- La capacité de travailler couramment en français et des capacités en anglais et en langues vernaculaires
- La capacité de fournir l'ensemble des équipements nécessaires au tournage et à la production

## **VIII. Processus et méthodologie d'évaluation**

Critère d'évaluation technique (70 %) : noté sur 100 points, avec un seuil minimum de 70 points requis pour accéder à l'évaluation financière.

Offre financière basée sur les livrables : 30 %. L'attribution se fera selon une pondération 70/30.

Ainsi, les poids respectifs attribués aux propositions technique et financière sont :

Proposition technique = 0,7

Proposition financière = 0,3

### **Évaluation technique :**

- Réputation de l'organisation et crédibilité / fiabilité / positionnement dans le secteur, fournir 5 références distinctes de contrats similaires - 10 points
- Capacité organisationnelle générale susceptible d'influencer la mise en œuvre : structure de gestion, stabilité financière et capacité de financement de projets, mécanismes de contrôle de gestion de projet, degré éventuel de sous-traitance (pour l'impression par exemple) fournir les documents pertinents + un texte de 2 pages maximum expliquant ces critères et comment vous disposez de la capacité nécessaire - 15 points
- L'agence doit démontrer une expérience préalable avec des organisations internationales de développement et humanitaires, en soumettant au moins cinq exemples pertinents de travaux antérieurs (fichiers électroniques et/ou liens en ligne). Ces exemples doivent correspondre au(x) lot(s) pour lequel/lesquels elle postule (lot 1, 2 ou 3) et illustrer clairement des services similaires réalisés pour des organisations internationales. Une combinaison d'échantillons en français et en anglais est requise. Une expérience préalable avec les agences des Nations Unies et en particulier l'UNICEF sera considérée comme un atout majeur - 15 points
- Compréhension des exigences : les aspects importants de la mission ont-ils été abordés avec suffisamment de détails ? - 10 points
- Qualité de la proposition technique, démontrant :
  - Un portefeuille diversifié présentant un équilibre entre productions imprimées et numériques, montrant la polyvalence sur différents formats et plateformes.
  - Une clarté de conception nette et efficace, mettant en avant la lisibilité, l'attrait et la qualité visuelle globale des mises en page, y compris infographies, illustrations, visuels et animations destinées à renforcer la transmission des messages clés.
  - Des exemples pertinents et de haute qualité démontrant créativité, compétence technique et alignement avec les normes et objectifs de communication de l'UNICEF.
  - Une capacité avérée à développer une variété d'icônes, lisibles et adaptées à l'identité de

l'organisation, à ses thématiques et à ses publics cibles.

- Une aptitude à produire des conceptions innovantes et dynamiques pour des supports imprimés et numériques, intégrant une modernité technique via des éléments graphiques évoquant ou illustrant les technologies numériques, renforçant ainsi l'impact et la modernité des supports de communication de l'UNICEF - 50 points

**Prepared by:**  
**Stephanie Nadal**  
**Communication & Advocacy Specialist**



**Verified by:**  
**Laurent Badaut**  
**Supply & Logistics Specialist**



**Authorized by Representative:**  
**Maddalena Bertolotti**

*Maddalena Bertolotti*

Type text here

## C) CLAUSES ET CONDITIONS GENERALES DE L'UNICEF

### A. ACCUSE DE RECEPTION

L'acceptation de ce Bon de Commande constitue un contrat qui oblige le Vendeur ayant signé et retourné l'accusé de réception à livrer, à la date convenue, les marchandises telles que spécifiées sur le Bon de Commande. Après l'acceptation, les droits et obligations des parties sont déterminés exclusivement par le Bon de Commande. Aucune disposition supplémentaire ou incompatible proposée par le Vendeur ne pourra engager l'UNICEF, sans l'acceptation écrite d'un fonctionnaire de l'UNICEF dûment mandaté à cet effet.

### B. DATE DE LIVRAISON

La date de livraison est la date à laquelle les marchandises doivent être présentées à l'UNICEF à l'endroit et aux conditions de livraisons indiquées sur le Bon de Commande (INCOTERMS).

### C. CONDITIONS DE PAIEMENT

1. Les conditions de livraison remplies, et les marchandises ayant été acceptées, l'UNICEF effectuera le paiement dans un délai de 30 jours, sauf indication contraire spécifiée par le Bon de Commande ou Contrat, à compter de la date de réception de la facture, établie par le Vendeur, et les copies des documents habituels prévus par le Bon de Commande ou Contrat.
2. Le paiement de la facture relative aux marchandises ou services sera effectué conformément aux conditions de paiement et en considération des rabais éventuels indiqués dans le Bon de Commande ou Contrat.
3. Sauf autorisation contraire donnée par l'UNICEF, le Vendeur devra établir une facture séparée par Bon de Commande ou Contrat. Toute facture doit comporter le numéro d'identification du Bon de Commande ou Contrat concerné.
4. Les prix indiqués sur le Bon de Commande ou Contrat ne peuvent être majorés sans l'approbation formelle de l'UNICEF et l'émission d'un amendement du Bon de Commande ou Contrat.
5. Toute inspection effectuée par l'UNICEF avant la prise en charge ne dispense pas le Vendeur de ses obligations contractuelles.
6. L'UNICEF doit disposer, après livraison des marchandises, d'un délai raisonnable pour inspecter et refuser les marchandises non conformes au Bon de Commande. Le paiement des marchandises livrées conformément au Bon de Commande ne constitue pas l'acceptation desdites marchandises.

### D. EXONERATION FISCALE

1. La section 7 de la Convention sur les Privilèges et Immunités de l'Organisation de Nations Unies stipule, entre autres choses, que l'ONU, y compris ses organismes, est exonérée de tout impôt direct et de tout droit de douane à l'égard de marchandises importées ou exportées pour son usage officiel. Au cas où une autorité fiscale refuserait de reconnaître l'exonération fiscale de l'UNICEF, le Vendeur se mettra immédiatement en rapport avec l'UNICEF en vue de déterminer une procédure mutuellement acceptable.
2. En conséquence, le Vendeur autorise l'UNICEF à déduire de ses factures tout montant correspondant à de tels droits ou impôts. Le montant facturé, ainsi minoré, sera réputé constituer la totalité des sommes dues par l'UNICEF. Si l'UNICEF autorise le Vendeur à effectuer le paiement de ces droits ou impôts, le Vendeur devra justifier par écrit que les paiements de ces droits ou impôts ont été effectués et dûment autorisés.

### E. LICENCES D'EXPORTATION

Si une ou des licences d'exportation est ou sont exigée(s), le Vendeur devra obtenir cette ou ces licence(s).

#### **F. RISQUE DE PERTE**

Le Vendeur est responsable de tout risque de perte, de dommages ou de dégâts relatifs aux marchandises jusqu'à l'accomplissement de la livraison conformément aux conditions du Bon de Commande.

#### **G. CONFORMITE DES MARCHANDISES ET DE LEUR EMBALLAGE**

Le Vendeur est seul responsable du respect, par lui-même et ses sous-traitants, de toutes les obligations résultant du Bon de Commande y compris de l'emballage. Il garantit la marchandise contre tout défaut de conception, de fabrication, de matière et de montage. Le Vendeur garantit également que les marchandises sont emballées d'une manière propre à assurer leur protection.

#### **H. PROPRIETE INDUSTRIELLE**

Le Vendeur garantit que l'utilisation par l'UNICEF des marchandises proposées dans le Bon de Commande ou la fourniture de celles-ci par l'UNICEF ne viole aucun brevet, marque de fabrique ou marque déposée. En outre, le Vendeur doit, dans le cadre de la présente garantie, indemniser et dédommager l'UNICEF et l'ONU de toute action en justice ou demande introduite contre elles concernant des infractions prétendues d'un brevet, d'une conception, d'une marque déposée ou d'une marque de fabrique relatives au Bon de Commande, et les défendre contre de telles infractions.

#### **I. LES DROITS DE L'UNICEF**

En cas de manquement du Vendeur à ses obligations contractuelles ou lorsqu'il apparaît que le Vendeur n'est pas en mesure d'exécuter ses engagements, ou qu'il a pris un tel retard que la livraison dans les délais contractuels est manifestement compromise, l'UNICEF aura la faculté, après avoir accordé au Vendeur un délai raisonnable, d'exercer le et/ou les droits suivants :

1. Se procurer tout ou partie des marchandises auprès d'un autre Vendeur, dans quel cas l'UNICEF pourra prétendre au remboursement de tout coût supplémentaire auprès du Vendeur défaillant.
2. Refuser d'accepter la livraison de tout ou partie des marchandises.
3. Prononcer la résiliation de plein droit du Bon de Commande ou Contrat sans aucune formalité ni indemnité à sa charge.

#### **J. CESSION ET INSOLVABILITE**

1. Le présent Bon de Commande ou Contrat ne pourra être ni cédée, ni sous-traitée par le Vendeur, en tout ou partie, sans l'accord préalable écrit de l'UNICEF, laissé à sa discrétion.
2. Dans l'hypothèse où le Vendeur se trouverait en état de cessation de paiements, en règlement judiciaire ou en liquidation de biens, l'UNICEF pourra résilier le Bon de Commande ou Contrat par lettre recommandée.

#### **K. UTILISATION DU NOM ET DU SIGLE DE L'UNICEF**

Le Vendeur ou toute entreprise qui lui est apparentée n'acquiert pas, de par la Commande ou le Contrat qui lui a été passé, le droit d'utiliser directement ou indirectement le nom de l'UNICEF (y compris d'y faire quelque référence que ce soit dans une quelconque brochure, publicité, notice) que ce soit seul, on en conjonction avec, ou comme partie de tout autre nom ou sigle.

#### **L. CONFIDENTIALITE**

Le Vendeur s'engage à garder strictement confidentielles et à faire traiter comme telles par son personnel et ses sous-traitants toutes informations que le Vendeur aura reçues de l'UNICEF à l'occasion, soit de la Commande ou du Contrat conclu, soit des consultations préalables, informations techniques ou commerciales, verbales ou écrites.



#### **M. REGLEMENT DES LITIGES**

Tout litige survenant à l'occasion de l'interprétation et/ou de l'exécution du Bon de Commande ou Contrat, doit, à moins qu'une solution ne soit trouvée par négociation directe, être traité selon les règles d'arbitrage de l'UNCEF en vigueur. Toute sentence arbitrale rendue par l'UNCITRAL oblige les parties du contrat et constitue le règlement définitif d'un litige.

#### **N. PRIVILEGES ET IMMUNITES**

Les privilèges et immunités de l'ONU, y compris ses organismes, restent toujours en vigueur.

#### **O. DROITS DE L'ENFANT**

L'UNICEF souscrit entièrement à la Convention des Droits de l'Enfant et attire l'attention du Vendeur sur les termes de l'Article 32 de la Convention qui, entre autres, stipule qu'un enfant devra être protégé contre l'accomplissement de tâches qui s'avèreraient périlleuses ou qui entraveraient son éducation, ou qui seraient préjudiciables à sa santé ou à son développement physique, mental, spirituel, moral ou social.

#### **P. MINES ANTIPERSONNEL**

Le Vendeur atteste que ni sa société mère, ni aucune de ses sociétés filiales majoritaires ou minoritaires contrôlées par sa société, ne sont impliquées (i) dans la vente ou (ii) dans la fabrication de mines antipersonnel ou (iii) de composants entrant dans la fabrication ou le procédé de fabrication de mines antipersonnel. Le Vendeur reconnaît et prend acte que toute infraction de sa part à cette clause autorise l'UNICEF à prononcer la résiliation de plein droit du Bon de Commande ou Contrat sans aucune formalité judiciaire et sans indemnité à sa charge.