

Termes de référence (TdR)
Prestations médias et communication dans le cadre du projet Connect'Diasporas
« Formation, documentaire et capsules vidéo – Période janvier 2026 – août 2026 »

© FORIM – Forum des Organisations de Solidarité Internationale issues des Migrations, 2025. Tous droits réservés.

Table des matières

I.	Présentation du cadre	3
1.	Contexte général	3
2.	Présentation du programme Connect'Diasporas	4
	La structure mandataire : le FORIM	4
	Le programme Connect'Diasporas	4
3.	Acteurs impliqués, pays et fédérations concernées	5
II.	Les prestations médias et communication	6
1.	Objectifs généraux des prestations	7
2.	Objectifs spécifiques	7
3.	Organisation en lots et articulation d'ensemble	8
III.	Approche méthodologique attendue	12
1.	Principe méthodologique transversaux	12
2.	Éléments méthodologiques attendus pour le Lot 1	14
3.	Éléments méthodologiques attendus pour le Lot 2	14
4.	Éléments méthodologiques attendus pour le Lot 3	15
IV.	Déroulé, calendrier et jalons de validation	15
1.	Durée globale des prestations	15
2.	Phasage des activités (janvier – août 2026)	16
3.	Étapes clés et livrables intermédiaires	16
V.	Livrables attendus	17
1.	Livrables transversaux	17
2.	Livrables spécifiques au Lot 1 – Formation et appui à la production de supports de communication	17

3.	<i>Livrables spécifiques au Lot 2 – Réalisation d'un film documentaire Connect'Diasporas.....</i>	<i>18</i>
4.	<i>Livrables spécifiques au Lot 3 – Capsules vidéo et reportages photo</i>	<i>19</i>
VI.	Gouvernance et modalités de suivi des prestations 20	
1.	<i>Rôle du FORIM</i>	<i>20</i>
2.	<i>Rôle des fédérations et des Comités Techniques (COTECH)</i>	<i>21</i>
3.	<i>Groupe de travail « Documentaire » (Lot 2)</i>	<i>21</i>
4.	<i>Articulation entre les lots et coordination quotidienne</i>	<i>22</i>

I. Présentation du cadre

1. Contexte général

Le projet **Connect’Diasporas – Partenariats avec les autorités locales**, porté par le FORIM et financé par l’ICMPD dans le cadre du Mécanisme de Subvention MMD, s’inscrit dans un contexte où les diasporas africaines jouent un rôle croissant dans le développement de leurs pays d’origine, tout en restant encore insuffisamment visibles et reconnues comme partenaires à part entière des politiques publiques. Depuis plus de vingt ans, le FORIM accompagne la structuration d’organisations faîtières de diasporas, finance des projets portés par les OSIM et facilite le dialogue avec les autorités locales et nationales, contribuant à faire émerger des cadres de collaboration durables entre ces acteurs.

Au-delà de leur engagement associatif, les diasporas contribuent de manière décisive au financement du développement à travers les transferts de fonds. En 2023, les envois de fonds vers les pays à revenu faible et intermédiaire sont estimés à environ **656 milliards de dollars**, un montant qui dépasse désormais l’aide publique au développement et, dans de nombreux cas, les investissements directs étrangers ([Banque mondiale](#)). En Afrique, les transferts de la diaspora représentent en moyenne **3,4 % du PIB** entre 2018 et 2022, avec des pays où cette part dépasse **20 % du PIB**, comme les Comores ou le Cap-Vert, deux pays directement concernés par Connect’Diasporas ([Banque Africaine de Développement](#)). Les remises des migrants constituent ainsi une source de financement extérieure majeure et relativement stable, qui soutient directement la consommation des ménages, l’accès à l’éducation et à la santé, et la résilience des communautés locales ([OIM](#)).

Pour autant, la contribution des diasporas reste souvent **peu lisible** pour les autorités et le grand public : les projets portés par les OSIM sont dispersés, insuffisamment documentés, et leur impact n’est pas toujours visible dans l’espace médiatique. L’une des ambitions de Connect’Diasporas est précisément de **rendre visibles ces initiatives** et de donner à voir, de manière concrète et incarnée, comment le dialogue entre fédérations diasporiques et autorités locales peut se traduire par des feuilles de route, des conventions et des actions conjointes dans les pays d’origine. Cette ambition est au cœur de la stratégie de **communication et de visibilité** définie dans le projet, qui met l’accent sur trois messages clés : (i) l’importance et la qualité du dialogue diasporas–autorités, (ii) la légitimité et l’expertise des diasporas, (iii) le rôle central des jeunes et des femmes.

Dans ce contexte, le recours à des **supports audiovisuels** – documentaire, capsules vidéo, reportages photo, contenus adaptés aux réseaux sociaux – répond à un double enjeu. D’une part, il permet de **raconter le projet** de manière vivante, sensible et accessible, en donnant la parole aux fédérations, aux autorités, aux bénéficiaires et aux partenaires. D’autre part, il s’inscrit dans l’évolution des usages de l’information : en 2025, on estime à plus de **5,2 milliards** le nombre d’utilisateurs actifs des réseaux sociaux dans le monde, soit la quasi-totalité des internautes ([Backlinko](#)). En Afrique, le nombre d’utilisateurs des réseaux sociaux a dépassé **380 millions** en 2022, avec des taux de pénétration de l’ordre de **56 % en Afrique du Nord** et **45 % en Afrique australe**, et des plateformes comme Facebook qui concentrent près de **80 % des usages** sur le continent ([GeoPoll](#)). Dans cet environnement, des formats courts et partageables – capsules vidéo, extraits d’interviews, stories, visuels – sont devenus essentiels pour toucher les communautés diasporiques, les partenaires institutionnels et le grand public.

Les **supports médias** jouent ainsi un rôle stratégique dans la **valorisation des actions des diasporas** : ils rendent visibles les projets financés, les compétences mobilisées, les partenariats noués avec les autorités locales, et ils contribuent à changer le récit sur les migrations en montrant les diasporas comme **actrices de solutions** et non uniquement comme “expatriés” ou “expéditeurs de remises”. De nombreuses études sur le lien entre remises, développement et politiques publiques soulignent l’importance de mieux documenter et partager ces contributions, afin que les États puissent les intégrer dans leurs stratégies nationales et leurs dialogues avec les organisations de la diaspora. ([OECD](#), [Banque Africaine de Développement](#))

Dans cette perspective, la réalisation d’un **film documentaire** dédié à Connect’Diasporas constitue un **dispositif innovant** de capitalisation et de plaidoyer. Il s’agira de suivre, sur la durée du projet, les moments clés du renforcement des liens entre autorités et diasporas (missions de terrain, ateliers bilatéraux, journées pays, séminaire de restitution, etc.), de mettre en récit les étapes du dialogue et les changements qu’il produit, et de donner à voir

les coulisses d’une coopération “en train de se faire”. Ce documentaire viendra en complément des autres outils de capitalisation prévus par le projet (études, séminaire international, publication des résultats), en offrant un support pédagogique et inspirant, facilement mobilisable lors d’événements, de formations ou de présentations auprès de décideurs.

En parallèle, la production de **capsules vidéo thématiques** et de **reportages photo** permettra d’alimenter de manière régulière la communication du FORIM et des fédérations sur leurs sites, newsletters et réseaux sociaux. Ces formats courts, centrés sur des témoignages, des exemples de projets, des messages clés ou des temps forts (signature d’une convention, organisation d’une journée pays, ateliers de pairs à pairs), offriront une visibilité accrue aux organisations impliquées tout en renforçant la cohérence visuelle du projet Connect’Diasporas. Ensemble, documentaire, capsules et supports visuels constitueront un **écosystème de médias complémentaires**, au service de la même finalité : placer la question du **renforcement des liens entre autorités et diasporas** au cœur des débats sur les politiques migratoires et de développement, en s’appuyant sur des expériences concrètes, documentées et partageables.

Enfin, la démarche ne vise pas uniquement à produire des contenus « clés en main » confiés à des prestataires externes. Un volet essentiel du projet – structuré dans le **lot « formation et renforcement de capacités »** – consiste à **accompagner les fédérations diasporiques dans l’appropriation d’outils et de pratiques de communication de base** : concevoir un message, écrire un court script, documenter un événement, diffuser un contenu sur les réseaux sociaux. L’objectif est de leur permettre de produire, de manière autonome, des supports simples mais réguliers, cohérents avec l’identité visuelle du projet, et de mieux occuper l’espace numérique.

Le **lot formation** répond ainsi à un enjeu de **durabilité** : au-delà du documentaire, des capsules et des reportages réalisés pendant le projet, il s’agit de doter les organisations impliquées de compétences transférables et d’outils concrets pour continuer à valoriser leurs initiatives et à porter un plaidoyer en faveur d’un dialogue renforcé avec les autorités, après la fin de Connect’Diasporas.

2. Présentation du programme Connect’Diasporas

La structure mandataire : le FORIM

Le [Forum des Organisations de Solidarité Internationale issues des Migrations \(FORIM\)](#), créé en 2002, est une plateforme nationale qui regroupe plus de 40 réseaux représentant environ 1000 OSIM engagées dans des actions d’intégration en France et de développement dans les pays d’origine.

Il s’appuie sur deux types de membres : les FOSIM (fédérations thématiques ou géographiques) et les COSIM (collectifs régionaux). Le FORIM œuvre à valoriser l’apport des diasporas, à représenter leurs intérêts auprès des institutions, et à renforcer leurs capacités d’action ici et là-bas.

Le programme Connect’Diasporas

Dans un contexte de reconfiguration des relations entre migration et développement, le FORIM déploie depuis début 2025 le projet *Connect’Diasporas*, avec l’ambition de structurer et de renforcer les espaces de dialogue entre les fédérations diasporiques en Europe et les autorités publiques de leurs pays d’origine.

Connect’Diasporas vise à faire émerger des formes de coopération nouvelles, en valorisant l’expertise des diasporas comme actrices du développement local et transnational. Le projet repose sur une approche double : soutenir les dynamiques d’organisation interne des fédérations diasporiques ici (en France et en Espagne), tout en favorisant leur reconnaissance institutionnelle là-bas (dans les pays d’origine : Angola, Cap-Vert, Comores, Madagascar, République du Congo et Sénégal).

Ce projet bénéficie du soutien de l’Union européenne à travers le Mécanisme de Subvention du programme Migration et Mobilité pour le Développement (MMD III), mis en œuvre par l’ICMPD. Il se déploie sur une période de 18 mois, de mars 2025 à août 2026.

3. Acteurs impliqués, pays et fédérations concernées

Les prestations médias et communication (documentaire, capsules vidéo, reportages photo, formation et appui à la communication) s'inscrivent au cœur d'un écosystème d'acteurs déjà mobilisés dans le cadre du programme Connect'Diasporas : fédérations diasporiques, autorités publiques, bailleurs, prestataires des études sur les diasporas.

La réussite du dispositif repose sur :

- une **implication forte** des fédérations et du FORIM,
- une **coordination étroite** avec les équipes et prestataires en charge des **études profils migratoires** et des **activités de capitalisation**,
- et une **prise en compte des publics cibles** (diasporas, autorités, grand public) dans la conception des supports médiatiques.

Le tableau ci-dessous présente une analyse des parties prenantes selon leur niveau d'**influence** et d'**intérêt** pour les prestations médias et communication.

3.1 Analyse des parties prenantes

Catégorie	Exemples d'acteurs	Rôle / Attentes dans les prestations
Acteurs prioritaires à impliquer (Influence forte / Intérêt fort)	<ul style="list-style-type: none"> - FORIM : direction, équipe projet Connect'Diasporas, pôle communication / capitalisation - Fédérations diasporiques partenaires (FACT, FACF, CAPCOS, CAAF, UNACOF, CASC) - COTECH (Comités techniques pays et instances de pilotage du projet) - Prestataires des études "profils migratoires" et "capitalisation" - Prestataire(s) médias & communication sélectionné(s) (objet des présents TDR) - Ambassades et consulats (basés en France et en Espagne pour la diaspora sénégalaise) 	<ul style="list-style-type: none"> - Co-pilotage des orientations éditoriales et des messages clés - Validation des priorités de tournage, des contenus et des livrables (documentaire, capsules, supports de formation) - Fourniture d'informations, d'analyses et de données issues des études pour alimenter le récit (profils migratoires, bonnes pratiques, résultats du projet) - Coordination opérationnelle entre études, capitalisation et médias pour assurer la cohérence des messages - Mise à disposition de contacts, terrains, événements et séquences clés pour le tournage et la production de contenus - Alignement des résultats avec les attentes institutionnelles
Acteurs essentiels à engager (Influence faible / Intérêt fort)	<ul style="list-style-type: none"> - OSIM locales et associations membres des fédérations - Bénéficiaires et porteurs de projets dans les pays d'origine - Communautés diasporiques (jeunes, femmes, entrepreneurs, leaders associatifs) - Participants aux formations et ateliers de renforcement de capacités en communication 	<ul style="list-style-type: none"> - Apporter des témoignages, récits de vie, exemples concrets de projets et de coopérations - Participer aux activités de formation (lot 1) et mettre en pratique les compétences acquises (production de contenus simples, documentation d'initiatives, usage des réseaux sociaux) - Exprimer leurs besoins et attentes en matière de visibilité et de représentation - Contribuer à la diffusion des contenus produits dans leurs réseaux et communautés
Acteurs relais à considérer (Influence faible / Intérêt faible)	<ul style="list-style-type: none"> - ICMPD et Union européenne (bailleurs du projet) - Ambassades et consulats des pays partenaires (en France, en Espagne et dans 	<ul style="list-style-type: none"> - Garantir la légitimité et l'ancrage institutionnel des messages diffusés - Relayer les supports (documentaire, capsules, visuels) dans leurs propres canaux

**forte / Intérêt
faible)**

Acteurs dont
l'opinion est à
observer
(**Influence
faible /
Intérêt faible**)

<p>les pays d'origine)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Autorités nationales et locales dans les pays d'origine - Collectivités territoriales et partenaires institutionnels en Europe - Réseaux migration-développement, ONG, plateformes régionales 	<p>de communication (sites, réseaux sociaux, événements)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utiliser les contenus produits comme outils de sensibilisation et de plaidoyer sur le rôle des diasporas - Contribuer à ancrer les résultats du projet dans des cadres de politiques publiques et de coopération
<ul style="list-style-type: none"> - Médias communautaires (radios diasporiques, web TV, blogs, pages et groupes en ligne) - Médias locaux dans les pays d'origine - Grand public diasporique sur les réseaux sociaux - Associations généralistes hors OSIM 	<ul style="list-style-type: none"> - Réception et appropriation des messages véhiculés par les supports (perception de la place des diasporas, du dialogue avec les autorités, etc.) - Possibilités de relais spontané ou ciblé des contenus (interviews, diffusions, partages sur les réseaux sociaux) - Impact sur l'image et la crédibilité publique du projet Connect'Diasporas, des fédérations et du FORIM

3.2 Pays et fédérations concernées

Les prestations médias et communication concernent l'ensemble des **six pays d'origine** ciblés par le projet Connect'Diasporas : **Angola, Cap-Vert, Comores, Madagascar, République du Congo, Sénégal**.

Pour chacun de ces pays, une **fédération de la diaspora** joue un rôle pivot dans la mise en œuvre du projet, la mobilisation des OSIM et le dialogue avec les autorités. Les principales fédérations partenaires impliquées dans Connect'Diasporas – et donc directement concernées par les prestations médias & communication – sont :

- Fédération des Associations de la Diaspora Malgache en France (**FACT – Madagascar**)
- Fédération des Associations Capverdiennes de France (**FACF – Cap-Vert**)
- Coordination d'Appui aux Projets de Solidarité Internationale pour le Congo Brazzaville (**CAPCOS – République du Congo**)
- Confédération des Associations de la Diaspora Angolaise en France (**CAAF – Angola**)
- Union des Associations Comoriennes de France (**UNACOF – Comores**)
- Coordination des Associations Sénégalaises de Catalogne (**CASC – Sénégal / Espagne**)

Ces fédérations, basées en France et/ou en Espagne, structurent des réseaux associatifs actifs en Europe. Elles constituent des interlocuteurs privilégiés pour :

- identifier les projets, initiatives et acteurs à mettre en avant dans le documentaire et les capsules ;
- faciliter l'accès aux terrains, événements et bénéficiaires lors des tournages ;
- participer à la co-construction des messages clés et à la validation des contenus ;
- mobiliser leurs membres dans le cadre du lot formation (renforcement de capacités en communication et usage des outils numériques) ;
- assurer une diffusion active des supports (documentaire, capsules, visuels, podcasts, etc.) auprès des communautés diasporiques.

Les prestations médias et communication devront donc être conçues en étroite **articulation avec ces fédérations et leurs réseaux**, afin de refléter la diversité des contextes (pays, territoires, histoires migratoires) tout en construisant un **récit commun** sur le rôle des diasporas et le renforcement des liens avec les autorités.

II. Les prestations médias et communication

1. Objectifs généraux des prestations

Les prestations médias et communication ont pour objectif général de **mettre en image, en récit et en débat** le projet Connect'Diasporas, en rendant visibles :

- le **rôle des diasporas** comme actrices du développement local et transnational ;
- le **renforcement des liens** entre fédérations diasporiques et autorités publiques, aux niveaux local et national ;
- les **résultats concrets** du projet (processus de dialogue, feuilles de route, conventions, initiatives conjointes, etc.).

Elles visent également à :

- fournir au FORIM et aux fédérations un **ensemble cohérent de supports de communication** (documentaire, capsules vidéo, reportages photo, outils pédagogiques) utilisables pendant et après le projet ;
- contribuer à la **capitalisation** des expériences menées dans les six pays partenaires, en complément des études et des autres outils de documentation ;
- **renforcer durablement les capacités** des fédérations et de leurs membres en matière de communication, d'appropriation des outils numériques et de production de contenus adaptés à leurs publics.

2. Objectifs spécifiques

De manière opérationnelle, les prestations médias et communication poursuivent notamment les objectifs spécifiques suivants :

1. Documenter et raconter le projet Connect'Diasporas

- Produire un **film documentaire** retraçant les principales étapes du projet, en mettant en lumière les relations entre autorités et diasporas, les enjeux de dialogue et les résultats obtenus.
- Illustrer, par des exemples concrets, la diversité des contextes et des trajectoires dans les six pays concernés.

2. Valoriser les actions et les acteurs des diasporas

- Mettre en avant les initiatives portées par les fédérations et leurs réseaux (projets de développement, actions de structuration, démarches de plaidoyer).
- Donner la parole aux acteurs de terrain (jeunes, femmes, leaders associatifs, autorités locales, partenaires institutionnels).

3. Produire des contenus adaptés aux usages numériques et aux réseaux sociaux

- Réaliser des capsules vidéo courtes, des extraits d'interviews et des visuels réutilisables pour la communication du FORIM et des fédérations.
- Proposer des formats facilement partageables (durées courtes, sous-titrage, formats verticaux ou carrés, etc.).

4. Renforcer les capacités des fédérations en communication et outils numériques

- Concevoir et animer un dispositif de formation-action pour accompagner les fédérations dans la production de contenus simples (vidéo, photo, texte, réseaux sociaux).
- Mettre à leur disposition des outils pratiques (guides, fiches, modèles, check-lists) pour prolonger la démarche au-delà du projet.

5. Assurer la cohérence et la conformité de la communication du projet

- Veiller à la cohérence éditoriale et visuelle des contenus produits avec l'identité du FORIM et de Connect'Diasporas.
- Respecter les exigences de visibilité de l'Union européenne, de l'ICMPD et des partenaires institutionnels.

6. Articuler les productions médias avec les travaux d'études et de capitalisation

- Travailler en coordination étroite avec les prestataires chargés des études (profils migratoires, capitalisation) et l'équipe du FORIM.
- S'appuyer sur les résultats des études pour structurer le récit (messages clés, données, exemples, analyses).

3. Organisation en lots et articulation d'ensemble

Les prestations médias et communication sont structurées en **trois lots complémentaires**, susceptibles d'être attribués à un ou plusieurs prestataires. Chaque lot correspond à un **axe spécifique de la mission**, tout en étant conçu pour fonctionner en cohérence avec les deux autres.

Le ou les prestataires retenus travailleront en **coordination étroite** avec le FORIM, les fédérations partenaires et les prestataires en charge des études « profils migratoires » et des activités de capitalisation, afin de :

- aligner les **messages**, les contenus et les visuels sur les objectifs et les résultats du projet ;
- optimiser les **déplacements, tournages et usages des ressources** (temps, budget, accès aux terrains) ;
- mutualiser les **images, sons et données** collectées au bénéfice de l'ensemble des lots ;
- éviter les **doublons** et garantir la **complémentarité** des productions (documentaire, capsules, photos, supports de formation).

Les trois lots sont les suivants :

- **Lot 1 : Formation et appui à la production de supports de communication ;**
- **Lot 2 : Réalisation d'un film documentaire Connect'Diasporas ;**
- **Lot 3 : Tournage de capsules vidéo et reportages photo.**

3.1. Lot 1 – Formation et appui à la production de supports de communication

Axe couvert : renforcement des capacités et accompagnement des fédérations.

Objet du lot

Le Lot 1 a pour objet de **renforcer durablement les compétences des fédérations diasporiques en matière de communication et de production de contenus**, afin qu'elles puissent documenter et valoriser leurs actions de manière autonome, en articulation avec le projet Connect'Diasporas.

Conformément aux orientations du projet, ce lot ciblera en priorité les fédérations du « **deuxième groupe** » :

- **Confédération des Associations de la Diaspora Angolaise en France (CAAF – Angola) ;**
- **Union des Associations Comoriennes de France (UNACOF – Comores) ;**
- **Coordination des Associations Sénégalaises de Catalogne (CASC – Sénégal / Espagne).**

Les contenus de formation, le calendrier et les modalités pratiques devront être élaborés **en concertation étroite avec ces trois fédérations et leurs COTECH respectifs**, afin d'adapter l'appui aux besoins réels (niveau de maîtrise des outils numériques, canaux de communication déjà utilisés, publics cibles, contraintes de disponibilité, etc.).

Description des prestations attendues

Le prestataire en charge du Lot 1 devra, a minima :

1. Réaliser un diagnostic rapide des besoins en communication

- Analyse des outils et pratiques actuels de communication des trois fédérations (supports, réseaux sociaux, ressources humaines disponibles) ;
- Identification des attentes prioritaires : types de contenus souhaités, publics visés, canaux à privilégier, contraintes techniques.

2. Concevoir et animer un dispositif de formation-action

- Élaboration d'un **programme de formation** adapté, comprenant au moins :
 - les bases de la stratégie de communication (message, objectifs, cibles, canaux) ;
 - la préparation et la **documentation d'un événement** (avant / pendant / après) ;
 - la réalisation de **contenus simples** à partir de moyens accessibles (photos, vidéos courtes, témoignages écrits ou audio) ;
 - l'usage des **réseaux sociaux** (publication, fréquence, adaptation des formats, interactions avec les publics) ;
- Animation d'**ateliers en présentiel** (par exemple, une session de 3 jours ou plusieurs sessions plus courtes) complétés, si pertinent, par des temps à distance (suivi, retours sur productions, corrections).

3. Accompagner la mise en pratique par les fédérations

- Mise en place d'**exercices pratiques** (mini-projets de communication par fédération), directement liés aux activités de Connect'Diasporas (journées pays, missions, rencontres avec les autorités, etc.) ;
- Appui à la **production de supports concrets** par les participant-e-s :
 - une fiche ou plaquette de présentation de la fédération ;
 - un ou plusieurs visuels adaptés aux réseaux sociaux ;
 - le cas échéant, une courte vidéo ou un témoignage monté.

4. Produire un kit de communication simple et réutilisable

- Élaboration d'un **kit de communication** comprenant au minimum :
 - un guide pratique synthétique (bonnes pratiques, erreurs à éviter) ;
 - des modèles de visuels (gabarits pour réseaux sociaux, bandeaux, flyers) ;
 - une mini-**charte éditoriale et visuelle** alignée avec Connect'Diasporas (logos, mentions bailleurs, couleurs de base, ton des messages) ;
 - des check-lists opérationnelles (check-list « préparation d'un événement », check-list « publier une vidéo », etc.).

Articulation avec les autres lots

- Le **Lot 1** devra intégrer, lorsque cela est possible, des **exemples tirés du documentaire et des capsules** (Lots 2 et 3) comme supports pédagogiques.

- Les compétences développées via le Lot 1 devront permettre aux fédérations de **contribuer à l'alimentation continue** de la communication globale du projet (contenus de terrain, relais des productions professionnelles sur les réseaux sociaux, etc.).

3.2. Lot 2 – Réalisation d'un film documentaire Connect'Diasporas

Axe couvert : production de contenus audiovisuels – capitalisation et plaidoyer.

Objet du lot

Le Lot 2 consiste à concevoir et réaliser un **film documentaire** dédié au projet Connect'Diasporas, destiné à :

- documenter les **processus de dialogue et de coopération** entre diasporas et autorités dans les six pays concernés ;
- illustrer, à travers des situations concrètes, la manière dont les diasporas contribuent au développement local et au renforcement des liens avec les institutions ;
- servir de **support de capitalisation, de sensibilisation et de plaidoyer** auprès des autorités, des bailleurs, des partenaires et du grand public.

Description des prestations attendues

Le prestataire en charge du Lot 2 devra, a minima :

1. **Concevoir le projet éditorial du documentaire**
 - Élaborer une **note d'intention** et un **synopsis détaillé** en lien avec le FORIM, les fédérations et les prestataires des études ;
 - Proposer une **structure narrative** claire (chapitres, fils conducteurs, personnages clés, articulation entre les pays).
2. **Planifier et organiser la production**
 - Définir un **plan de tournage** couvrant plusieurs pays / territoires, en articulation avec les missions de terrain déjà programmées (ateliers, COTECH, journées pays, séminaires, etc.) ;
 - Identifier les **lieux, interlocuteurs et moments clés** à filmer (séances de travail, moments informels, témoignages, scènes de terrain) ;
 - Prévoir le dispositif technique (équipe, matériel, logistique, autorisations de tournage, aspects droits à l'image).
3. **Réaliser le tournage et le montage du film**
 - Assurer la **captation vidéo et sonore** (entretiens, scènes de vie, réunions, séquences contextuelles) ;
 - Effectuer le **montage du film documentaire** (durée indicative à proposer par le prestataire, avec une justification en fonction des usages prévus : projections-débats, événements, diffusion en ligne) ;
 - Intégrer une **narration accessible**, des éléments de contexte et, le cas échéant, des données issues des études (cartes, chiffres, citations) ;
 - Réaliser le **sous-titrage** au minimum dans une deuxième langue (par exemple français/anglais).

4. Proposer des déclinaisons adaptées aux usages du projet

- Produire une **version principale** du documentaire ;
- Proposer au moins :
 - une **version courte** pour les événements ;
 - une **bande-annonce** ;
 - quelques **extraits thématiques** pouvant être utilisés sur les sites et les réseaux sociaux.

Articulation avec les autres lots

- Le Lot 2 devra être mis en œuvre en **coordination étroite avec le Lot 3**, afin de mutualiser les tournages et la collecte d'images (une même mission de terrain pouvant alimenter à la fois le documentaire et les capsules / reportages photo).
- Le prestataire du Lot 2 travaillera également avec les **prestataires des études et de la capitalisation** pour s'assurer que le récit et les messages du documentaire soient cohérents avec les analyses produites.

3.3. Lot 3 – Tournage de capsules vidéo et reportages photo

Axe couvert : production de contenus audiovisuels et visuels – communication numérique et visibilité courante.

Objet du lot

Le Lot 3 vise à produire une série de **capsules vidéo** et de **reportages photo** permettant :

- d'alimenter la communication régulière du FORIM et des fédérations (sites web, réseaux sociaux, newsletters, supports de présentation) ;
- de donner une visibilité concrète aux **acteurs, projets et temps forts** de Connect'Diasporas ;
- de constituer une **banque d'images** pérenne au service du FORIM et de ses partenaires.

Description des prestations attendues

Le prestataire en charge du Lot 3 devra, a minima :

1. Définir une ligne éditoriale et un plan de production

- Proposer une **ligne éditoriale** pour les capsules et les reportages photo (thématiques, types de contenus, publics cibles, messages principaux) en cohérence avec le projet ;
- Présenter un **plan de production indicatif** (nombre de capsules envisagées, types de formats, pays / événements ciblés), en adéquation avec l'enveloppe budgétaire disponible.

2. Réaliser des capsules vidéo courtes

- Produire des **vidéos courtes** (par exemple, 1 à 3 minutes), centrées sur :
 - des témoignages d'acteurs (diasporas, autorités, partenaires, bénéficiaires) ;
 - des focus sur une action ou un projet ;
 - des messages clés du projet (dialogue autorités–diasporas, rôle des femmes et des jeunes, etc.) ;
- Assurer le **montage**, l'ajout d'éléments de contextualisation (titres, sous-titres, mentions des partenaires, logos) et le **sous-titrage** pour une diffusion en ligne.

3. Produire des reportages photo de qualité

- Réaliser des **séries de photos** lors de missions, ateliers, journées pays, rencontres officielles ou activités de terrain ;
- Mettre en avant à la fois les **personnes** (portraits, interactions) et les **situations de coopération** (séances de travail, visites de projets, moments symboliques).

4. Constituer une banque de contenus exploitable

- Fournir l'ensemble des **fichiers sources et montés** (rushs, versions finales, photos triées) dans des formats ouverts et clairement organisés (nommage des fichiers, métadonnées de base : lieu, date, contexte, droits d'utilisation) ;
- Proposer, si possible, une **organisation des contenus** facilitant leur réutilisation (classement par pays, par type d'activité, par thématique).

5. Appuyer la mise en forme pour les réseaux sociaux

- Adapter certains contenus (extraits vidéo, visuels) aux formats des principaux réseaux utilisés (durées courtes, formats verticaux/carrés, intégration de textes) ;
- Fournir des **recommandations de diffusion** (idées de posts, exemples de légendes, suggestions de calendrier éditorial), en lien avec le FORIM et les fédérations.

Articulation avec les autres lots

- Le Lot 3 sera mis en œuvre en **liaison étroite avec le Lot 2**, de manière à mutualiser les tournages et optimiser les ressources.
- Les capsules et photos produites dans le cadre du Lot 3 pourront être utilisées comme **supports pédagogiques** pour le Lot 1 (exemples, exercices, analyses de cas), et à l'inverse, les compétences développées par les fédérations via le Lot 1 pourront contribuer à **alimenter le Lot 3** par des contenus produits directement par les organisations.

III. Approche méthodologique attendue

1. Principe méthodologique transversaux

L'approche méthodologique proposée par les prestataires devra s'inscrire dans les principes suivants, communs aux trois lots de l'appel d'offres. Ces principes seront utilisés comme **référentiel d'analyse des offres** et comme base de travail pour la mise en œuvre opérationnelle. **1.1. Cohérence d'ensemble et prise en compte des publics cibles**

Les offres devront montrer clairement comment chaque lot s'inscrit dans une **vision d'ensemble** de la communication Connect'Diasporas, et non comme une intervention isolée.

Les prestataires veilleront notamment à :

- identifier les **publics cibles principaux** (fédérations et OSIM, autorités des pays d'origine, bailleurs, grand public diasporique, grand public local) ;
- adapter le **langage, le ton et les formats** (durée des vidéos, profondeur du propos, canal utilisé) à ces publics ;
- proposer des contenus compréhensibles par des personnes **non spécialistes** des enjeux migration-développement, sans perdre la richesse des analyses produites dans le projet.

1.2. Narration, mise en récit et messages clés

L'ensemble des supports (film, capsules, photos, supports de formation) devra contribuer à **raconter une histoire cohérente** de Connect'Diasporas, centrée sur le dialogue entre autorités et diasporas.

On attend des prestataires qu'ils :

- structurent une **narration claire** (avant / pendant / après, enjeux / réponses / effets) plutôt qu'une juxtaposition de scènes ;
- mettent en avant des **parcours d'acteurs** (fédérations, autorités, bénéficiaires, jeunes, femmes) comme fil conducteur ;
- intègrent les **messages clés du projet** : rôle des diasporas comme actrices de développement, importance des espaces de dialogue, reconnaissance institutionnelle, place des jeunes et des femmes.

1.3. Cohérence éditoriale, visuelle et visibilité des bailleurs

Les productions devront respecter une **cohérence éditoriale et graphique** entre elles, en lien avec l'identité visuelle du FORIM et de Connect'Diasporas, ainsi qu'avec les exigences de visibilité de l'Union européenne et de l'ICMPD.

Les prestataires préciseront :

- la **ligne éditoriale** proposée (ton, vocabulaire, parti-pris de représentation des diasporas et des autorités) ;
- la manière dont seront harmonisés les **éléments visuels** (logos, mentions obligatoires, couleurs, titrages, génériques) sur l'ensemble des supports ;
- comment les règles de **visibilité UE / ICMPD** seront intégrées dès la conception (et pas seulement ajoutées en fin de processus).

1.4. Accessibilité, inclusivité et adaptation aux usages numériques

Les contenus devront être pensés pour des usages variés (projections, web, réseaux sociaux) et pour des publics aux conditions de connexion différentes.

Les prestataires veilleront notamment à :

- prévoir un **sous-titrage systématique** des vidéos au minimum dans la langue principale de diffusion ;
- garantir la **lisibilité** des textes (taille des caractères, contraste, durée d'affichage) ;
- proposer des formats **compatibles avec une diffusion en ligne** (versions compressées, formats vertical / carré pour les réseaux sociaux) ;
- porter une attention particulière à la **représentation équilibrée** des femmes, des jeunes et de la diversité des profils au sein des diasporas.

1.5. Approche participative et ancrage dans la gouvernance du projet

L'approche attendue est résolument **participative**. Les prestataires ne travaillent pas "à côté" du projet, mais **avec** les acteurs impliqués.

Ils devront expliquer comment ils :

- associeront le **FORIM, les fédérations et les COTECH** aux choix éditoriaux et aux priorités de contenus (réunions de cadrage, retours sur synopsis, validation de versions intermédiaires) ;
- impliqueront, lorsque pertinent, les **fédérations et leurs membres** dans la production ou la préparation des contenus (témoignages, suggestions d'angles, participation aux tournages, diffusion) ;
- articuleront leur travail avec les **instances de pilotage** prévues (comité de pilotage, éventuel groupe de travail "documentaire", etc.).

1.6. Articulation avec les études et la capitalisation

Les prestations médias et communication doivent prolonger et rendre visibles les **résultats des études** et des démarches de capitalisation du projet.

À ce titre, les prestataires devront :

- prévoir des **temps de coordination** avec les prestataires en charge des études “profils migratoires” et des activités de capitalisation ;
- s’appuyer sur les analyses produites (constats, données, exemples) pour nourrir le **récit** du documentaire, des capsules et des supports pédagogiques ;
- veiller à ce que les contenus audiovisuels puissent être utilisés comme **outils de restitution et de capitalisation**(séminaires, journées pays, échanges avec les autorités, communication auprès des bailleurs).

1.7. Cadre éthique, droits à l’image et protection des personnes

Enfin, la méthodologie devra explicitement intégrer un **cadre éthique** clair :

- recueil du **consentement éclairé** des personnes filmées ou photographiées (explication de l’usage des images, possibilité de refuser, gestion des retraits éventuels) ;
- vigilance particulière pour les **situations sensibles** (statuts administratifs, sujets politiques ou sociaux délicats, personnes vulnérables) ;
- respect de la **dignité et de la parole** des personnes, en évitant toute mise en scène stigmatisante ou décontextualisée.

Les modalités concrètes (procédures, formulaires si nécessaires, consignes aux équipes de tournage) devront être précisées dans l’offre.

2. Éléments méthodologiques attendus pour le Lot 1

Pour le Lot 1, le FORIM attend une **démarche de formation-action**, centrée sur les besoins réels des trois fédérations ciblées (CAAF, UNACOF, CASC) :

- **Court diagnostic préalable** (à distance) des pratiques et besoins en communication de chaque fédération, sur la base d’échanges et de supports existants.
- **Formation pratique**, avec peu de théorie et beaucoup d’exercices concrets à partir de situations réelles du projet (journées pays, missions, rencontres avec les autorités...).
- Utilisation prioritaire d’**outils simples et accessibles** (smartphone, applications gratuites ou peu coûteuses), adaptés aux contraintes des participant-e-s.
- Co-construction, avec chaque fédération, d’une **mini feuille de route communication** (objectifs, publics cibles, quelques actions réalistes, répartition des rôles).
- Intégration des productions réalisées pendant la formation (textes, visuels, mini-vidéos) dans la **stratégie globale de communication** du projet, en lien avec le FORIM.

Le prestataire devra décrire un **dispositif léger mais structuré**, avec un calendrier clair, des modalités d’échanges avec le FORIM et un bref bilan pédagogique en fin de mission.

3. Éléments méthodologiques attendus pour le Lot 2

Pour le Lot 2 (documentaire), la méthodologie doit montrer une capacité à **construire un récit solide** du projet à partir des terrains et des études :

- Cadrage éditorial en amont : **note d'intention + synopsis** élaborés avec le FORIM, les fédérations et, si possible, le groupe de travail documentaire.
- Planification des tournages **en articulation avec les missions déjà prévues** (ateliers, COTECH, journées pays, séminaires) pour optimiser les déplacements.
- Coordination régulière avec les **prestataires des études et de la capitalisation**, afin d'intégrer les messages et données clés dans le récit.
- Attention portée à la **diversité des pays et des profils** filmés, en gardant un fil rouge clair : le dialogue autorités–diasporas.
- Dispositif simple de **validation intermédiaire** (visionnage d'extraits ou de version provisoire) avec le FORIM avant finalisation du montage.

L'offre devra préciser, de façon synthétique, le **calendrier de réalisation**, l'organisation de l'équipe et les principales étapes (écriture, tournage, montage, sous-titrage, livrables).

4. Éléments méthodologiques attendus pour le Lot 3

Pour le Lot 3, il s'agit de produire des contenus **courts, réguliers et exploitables** pour la communication courante du projet :

- Définition d'une **ligne éditoriale claire** pour les capsules et les reportages photo (thèmes, publics, messages) en lien avec le FORIM.
- Mutualisation maximale avec le **Lot 2** : tournages combinés documentaire / capsules / photos dès que possible.
- Méthode de travail permettant de livrer une **banque de contenus bien organisée** (classement par pays, par événement, par thématique), avec fichiers sources et fichiers prêts à l'emploi.
- Formats pensés dès le départ pour les **réseaux sociaux** (durées courtes, formats adaptés, sous-titres, titrages simples).
- Coordination avec le **Lot 1** pour que certaines capsules et photos puissent servir de **supports pédagogiques** dans les formations, et pour que les fédérations puissent relayer facilement ces contenus.

Le prestataire devra montrer comment il garantit, avec des moyens réalistes, à la fois la **qualité des images** et la **facilité de réutilisation** des contenus par le FORIM et les fédérations.

IV. Déroulé, calendrier et jalons de validation

1. Durée globale des prestations

Les prestations médias et communication s'inscrivent dans une période globale allant de **janvier à août 2026**, en cohérence avec le calendrier de mise en œuvre du projet Connect'Diasporas et des autres activités (études, missions terrain, capitalisation).

À titre indicatif, la répartition temporelle des trois lots est la suivante :

- **Lot 1 – Formation et appui à la production de supports de communication** : mise en œuvre principalement entre **janvier et février 2026**.
- **Lot 2 – Réalisation du film documentaire Connect'Diasporas** : conception, tournages et montage entre **janvier et juin 2026**.

- **Lot 3 – Tournage de capsules vidéo et reportages photo** : production échelonnée entre **janvier et août 2026**, avec des livraisons intermédiaires.

2. Phasage des activités (janvier – août 2026)

Sans préjuger du planning détaillé proposé par les prestataires, le FORIM attend un phasage clair des activités, qui pourrait s’articuler de la manière suivante :

Période	Activités principales
Janvier 2026	<ul style="list-style-type: none"> - Cadre général : réunion de cadrage avec le FORIM (tous lots). - Lot 1 : diagnostic rapide des besoins des trois fédérations (CAAF, UNACOF, CASC) et finalisation du programme de formation. - Lot 2 : élaboration de la note d’intention, du synopsis et du plan de tournage (en lien avec les missions prévues). - Lot 3 : définition de la ligne éditoriale et du plan de production des capsules et reportages photo.
Février 2026	<ul style="list-style-type: none"> - Lot 1 : mise en œuvre de la formation (sessions en présentiel et éventuels compléments à distance), production des premiers supports par les participant·e·s, remise du kit de communication et du bilan pédagogique. - Lots 2 et 3 : premiers tournages (en lien avec les activités du projet).
Mars – mai 2026	<ul style="list-style-type: none"> - Lot 2 : poursuite des tournages dans les pays et/ou lors des grands moments du projet ; début du dérushage et du montage. - Lot 3 : réalisation progressive de capsules vidéo et de reportages photo, avec livraison de premiers lots de contenus (banque d’images, capsules thématiques).
Juin 2026	<ul style="list-style-type: none"> - Lot 2 : finalisation d’un premier montage du documentaire (version de travail), échanges et ajustements avec le FORIM ; validation et livraison de la version finale et de ses déclinaisons (version courte, bande-annonce, extraits). - Lot 3 : nouvelles livraisons de contenus, ajustées en fonction des besoins de restitution / communication de fin de projet.
Juillet – août 2026	<ul style="list-style-type: none"> - Lot 3 : finalisation de la banque de capsules et de reportages photo, remise organisée de l’ensemble des fichiers sources et montés. - Tous lots : éventuels ajustements mineurs, consolidation des livrables et transmission des éléments nécessaires à la capitalisation (fichiers, notices, descriptifs, etc.).

3. Étapes clés et livrables intermédiaires

Les prestataires devront proposer un calendrier détaillé, mais certains **jalons de validation** sont incontournables :

- **Réunion de cadrage initiale** (janvier 2026)

Validation commune du cadre d’intervention, des messages clés, des publics cibles prioritaires et des articulations avec les autres prestataires (études, capitalisation).

- **Lot 1 – Jalons principaux**

- Validation du **programme de formation** (contenus, modalités, calendrier).
- Validation du **support pédagogique principal** (plan détaillé et supports clés).
- Remise des **productions réalisées par les participant·e·s** et du **kit de communication**.
- Transmission d’un **bilan pédagogique** synthétique.

- **Lot 2 – Jalons principaux**

- Validation de la **note d’intention** et du **synopsis**.

- Validation du **plan de tournage** (pays, événements, types de séquences).
- Visionnage et retours sur un **montage intermédiaire** (première version du film).
- Validation de la **version finale du documentaire** et de ses déclinaisons (version courte, bande-annonce, extraits).
- **Lot 3 – Jalons principaux**
 - Validation de la **ligne éditoriale** et du **plan de production** (thèmes, formats, priorités).
 - Livraison de **premiers lots de capsules et reportages photo** (avec organisation des dossiers et métadonnées).
 - Validation de l'**organisation de la banque de contenus** et des formats remis (sources + fichiers prêts à l'emploi).

Chaque étape de validation donnera lieu à un **échange formalisé** (réunion, note de validation ou courriel) avec le FORIM, conditionnant le passage à l'étape suivante et permettant d'ajuster, si nécessaire, la mise en œuvre des prestations.

V. Livrables attendus

1. Livrables transversaux

Les livrables transversaux ci-dessous sont attendus à **l'échelle de chaque lot**. Lorsque **un même prestataire est retenu pour plusieurs lots**, ces livrables pourront être **mutualisés** dans un seul document couvrant l'ensemble de ses interventions.

Pour chaque lot, le FORIM attend à minima :

1. Note de cadrage initiale	<ul style="list-style-type: none"> ○ rappel des objectifs du lot ; ○ principaux publics cibles et messages prioritaires ; ○ organisation proposée (équipe, interlocuteurs, modalités d'échange avec le FORIM et les fédérations) ; ○ calendrier synthétique avec les grandes étapes et livrables.
2. Plan de travail et calendrier détaillé	<ul style="list-style-type: none"> ○ séquençage des activités (préparation, production, validation, finalisation) ; ○ jalons principaux (réunions de suivi, points de validation intermédiaires, livraison des livrables).
3. Livrables opérationnels du lot	<ul style="list-style-type: none"> ○ regroupés par grandes familles (voir points 2, 3 et 4 ci-dessous pour chaque lot).
4. Note de synthèse / rapport de fin de mission	<ul style="list-style-type: none"> ○ résumé des activités réalisées ; ○ rappel des livrables produits ; ○ éléments d'analyse (points forts, limites, recommandations) ; ○ pistes d'utilisation et de réutilisation des productions.

Lorsque cela est pertinent (surtout pour les Lots 2 et 3), le prestataire (unique ou multiple) devra également remettre une **banque de médias structurée** (vidéos, photos, fichiers montés), mais ce point pourra être géré **lot par lot** ou de façon **consolidée** si le même prestataire couvre plusieurs lots.

2. Livrables spécifiques au Lot 1 – Formation et appui à la production de supports de communication

Pour le **Lot 1**, les livrables sont organisés en trois grandes familles, afin de rester lisibles et réalistes.

2.1 Cadrage et outils pédagogiques

- **Note de cadrage Lot 1** (transversal, cf. point 1) adaptée à la CAAF, l'UNACOF et la CASC.
- **Programme pédagogique détaillé** de la formation (3 jours) : objectifs, déroulé, exercices, modalités d'évaluation.
- **Supports de formation** :
 - diaporamas et/ou canevas utilisés en présentiel ;
 - fiches pratiques remises aux participant-e-s (ex. : filmer avec un smartphone, préparer une publication, documenter un événement).

Nb : Ces documents seront remis en version numérique, dans un format modifiable et en PDF.

2.2. Kit de communication et supports produits

- **Kit de communication "fédérations"**, comprenant au minimum :
 - 3–5 fiches pratiques simples ;
 - quelques modèles de visuels (gabarits pour réseaux sociaux, fiche A4, bandeau) ;
 - une mini charte éditoriale et visuelle adaptée aux fédérations et cohérente avec Connect'Diasporas (rappel des mentions bailleurs, logos, ton, couleurs de base).
- **Supports de présentation** des fédérations (CAAF, UNACOF, CASC) :
 - pour chaque fédération, au moins deux supports finalisés (fiche PDF, plaquette courte ou mini-vidéo de présentation) ;
 - fichiers sources + versions prêtes à l'emploi.
- **Exemples de productions réalisées par les participant-e-s** pendant la formation (visuels, textes courts, mini-vidéos), remis de manière organisée (par fédération).

L'idée est de **montrer que les compétences transmises ont été mises en pratique**, sans exiger un volume excessif de productions.

2.3. Bilan pédagogique

- **Note de synthèse / bilan Lot 1** (transversale) :
 - nombre et profil des participant-e-s ;
 - points forts de la formation et difficultés rencontrées ;
 - recommandations pour la suite (éventuels besoins complémentaires, suggestions pour les fédérations / le FORIM).

3. Livrables spécifiques au Lot 2 – Réalisation d'un film documentaire Connect'Diasporas

Pour le **Lot 2**, les livrables sont regroupés en trois blocs : cadrage éditorial, film et déclinaisons, éléments techniques.

1.1. Cadrage éditorial et technique

- **Note de cadrage Lot 2** (transversale) : objectifs du film, publics visés, articulation avec le projet et les autres lots.
- **Note d'intention et synopsis** :
 - note d'intention (angles, ton, messages clés) ;
 - synopsis structuré (chapitres, séquences principales, place des six pays).
- **Plan de tournage** : liste des principaux tournages prévus (pays, lieux, événements), calendrier indicatif, contacts clés.

1.2. Film documentaire et déclinaisons

- **Film documentaire principal :**
 - durée cible : environ 52–60 minutes, à préciser et justifier par le prestataire ;
 - livraison en master HD + version compressée web ;
 - sous-titrage au minimum dans une deuxième langue (ex. : français/anglais) ;
 - intégration complète des logos et mentions obligatoires (UE, ICMPD, FORIM...).
- **Déclinaisons à visée opérationnelle :**
 - 1 version courte (environ 10–15 minutes) pour les événements, projections et présentations ;
 - 1 bande-annonce (1–2 minutes) ;
 - quelques extraits thématiques (par ex. 3 à 5 extraits de 2–5 minutes) pouvant être utilisés de manière autonome.

Le nombre exact d'extraits et la durée cible pourront être ajustés en fonction de l'enveloppe et de la proposition du prestataire, l'essentiel étant de disposer de **formats adaptés à différents usages** (projection, web, sensibilisation, plaidoyer).

1.3. Éléments techniques et synthèse

- **Dossier documentaire :** fiche technique du film, résumé, résumé court, liste des intervenant-e-s, liste des musiques / ressources sous droits.
- **Sélection de rushes structurés :**
 - remise d'une sélection de séquences non montées mais réutilisables (moments clés, interviews, plans de coupe) ;
 - index simple indiquant lieu, date, personnes principales et type de séquence.
- **Note de synthèse / bilan Lot 2 :**
 - rappel des étapes de réalisation ;
 - explication des choix éditoriaux ;
 - recommandations d'usage (types d'événements où projeter le film, publics prioritaires, articulation avec les autres supports).

4. Livrables spécifiques au Lot 3 – Capsules vidéo et reportages photo

Pour le **Lot 3**, on reste également sur trois familles de livrables.

1.4. Cadrage éditorial

- **Note de cadrage Lot 3 :** objectifs, publics, articulation avec le documentaire et le Lot 1.
- **Document de cadrage éditorial pour les capsules et reportages photo :**
 - liste des thèmes / capsules envisagés ;
 - indication des pays / activités associés ;
 - type de formats visés (capsule "projet", capsule "témoignage", capsule "temps fort"...).

1.5. Capsules vidéo et adaptations web

En cohérence avec la note validée par le Bureau, il est attendu, à titre indicatif :

- **6 capsules vidéo thématiques** (durée approximative de 5 minutes maximum chacune), réalisées à partir des rushes des missions terrain, en veillant à une couverture équilibrée des pays et/ou des moments clés du projet.
- **1 capsule récapitulative** produite à partir de l'atelier de clôture à Paris (5–7 minutes), permettant de mettre en perspective l'ensemble de la démarche.

Pour chaque capsule :

- fichier master + version web ;
- sous-titrage au moins dans la langue principale de diffusion ;
- logos et mentions obligatoires intégrés.

Si l'enveloppe le permet, le prestataire pourra proposer des **découps courtes** (30–60 secondes) au format vertical ou carré, prêtes à être diffusées sur les réseaux sociaux, avec un **court texte d'accompagnement** (légende / post type).

1.6. Reportages photo et banque de contenus

- **Reportages photo** pour les principaux moments couverts (missions, ateliers, journées pays, séminaire/atelier de clôture) :
 - pour chaque moment : une sélection resserrée mais exploitable (par ex. 30 à 50 photos), livrée en HD + version web ;
 - attention portée à la diversité des scènes : travail collectif, échanges autorités–diasporas, portraits, scènes de terrain.
- **Banque de contenus Lot 3 :**
 - organisation des dossiers par pays / type d'activité / date ;
 - fichier d'index (tableur simple) mentionnant date, lieu, type de contenu, personnes clés, droits éventuels ;
 - brève note d'usage (formats d'impression possibles, formats web, idées d'utilisation pour le FORIM et les fédérations).
- **Note de synthèse / bilan Lot 3 :**
 - vue d'ensemble des capsules et reportages réalisés ;
 - suggestions d'usages (communication courante, temps forts du projet, plaidoyer) ;
 - éventuelles recommandations pour des productions complémentaires si d'autres financements ou prolongements du projet sont envisagés.

VI. Gouvernance et modalités de suivi des prestations

La gouvernance des prestations médias et communication s'inscrit dans le dispositif global du programme Connect'Diasporas, tel que validé par le Bureau du FORIM. Elle vise à garantir à la fois la **cohérence d'ensemble**, la **qualité technique des productions** et la **participation active des fédérations** et de leurs Comités Techniques (COTECH).

1. Rôle du FORIM

Le FORIM est l'**interlocuteur contractuel** des prestataires retenus pour chacun des lots. À ce titre, il :

- assure la **coordination globale** des prestations, via l'équipe du programme Connect'Diasporas ;
- garantit l'**articulation** avec les autres volets du projet (études, capitalisation, gouvernance, missions terrain) ;
- s'appuie sur le **pôle communication** pour le respect des chartes et règles de visibilité de l'Union européenne et de l'ICMPD (logos, mentions obligatoires, cohérence visuelle) ;
- s'appuie sur la **chargée de capitalisation** pour la cohérence du récit, l'intégration des résultats d'études et la valorisation des apprentissages.

Le FORIM valide les principaux jalons des prestations (notes de cadrage, plans de travail, livrables intermédiaires et finaux) et veille à la bonne coordination entre les prestataires lorsqu'un même lot ou plusieurs lots sont confiés à des structures différentes.

2. Rôle des fédérations et des Comités Techniques (COTECH)

Les **fédérations partenaires** (FACT, FAF, CAPCOS, CAAF, UNACOF, CASC) occupent une place centrale dans la mise en œuvre des prestations médias et communication. Elles :

- participent à la **réflexion sur les messages clés** à porter dans les supports (documentaire, capsules, outils de formation) ;
- contribuent à l'**identification des séquences, lieux, projets et personnes** à valoriser (témoignages, initiatives, moments de dialogue avec les autorités) ;
- mobilisent leurs **membres et réseaux diasporiques** pour les tournages, les interviews, les reportages photo et les activités de formation ;
- jouent un rôle actif dans la **validation des contenus** qui les concernent (exactitude, légitimité, image de la diaspora).

Les **Comités Techniques pays (COTECH)**, mis en place dans chacun des six pays, sont les instances de **pilotage opérationnel local** du programme.

Dans le cadre des présents TDR, ils contribuent notamment à :

- accompagner la **préparation logistique et thématique** des tournages et des formations (identification des moments clés, des interlocuteurs, des lieux pertinents) ;
- **prioriser les séquences** à documenter en fonction des enjeux du dialogue autorités–diasporas et des actions menées dans chaque pays ;
- formuler des **avis et recommandations** sur les contenus proposés par les prestataires, en lien avec la coordination du FORIM ;
- renforcer l'**ancrage local** des productions en veillant à la prise en compte des réalités politiques, institutionnelles et sociales de chaque pays.

Pour le **Lot 1**, les COTECH Angola, Comores et Sénégal accompagnent particulièrement la préparation et le suivi de la formation, ainsi que la validation des supports de communication produits par les trois fédérations ciblées (CAAF, UNACOF, CASC).

Pour le **Lot 3**, l'équipe du FORIM travaille en lien étroit avec les COTECH pour l'identification des **activités prioritaires à valoriser** dans les capsules et les reportages photo (missions terrain, journées pays, ateliers, rencontres avec les autorités).

3. Groupe de travail « Documentaire » (Lot 2)

Compte tenu de son importance stratégique dans la capitalisation et le plaidoyer du projet, la réalisation du **film documentaire** (Lot 2) fera l'objet d'un **groupe de travail spécifique "Documentaire"**, tel que prévu dans la note validée par le Bureau.

Ce groupe de travail réunira notamment :

- le **prestataire audiovisuel** en charge du documentaire ;
- le **prestataire de capitalisation** (pour l'appui au fil narratif, au choix des séquences, à la rédaction du commentaire) ;
- le **prestataire des études**,

- un-e **représentant-e de chaque fédération partenaire** ;
- un-e **représentant-e du Bureau du FORIM** ;
- **l'équipe du FORIM** (coordination du programme, communication, capitalisation).

Ce groupe de travail :

- participe au **cadrage éditorial initial** (validation de la note d'intention, du synopsis, du plan de tournage) ;
- est associé à au moins un **visionnage intermédiaire** (premier montage), afin de formuler des recommandations ;
- contribue à la **validation de la version finale** du documentaire et de ses principales déclinaisons (version courte, bande-annonce, extraits).

Ce dispositif permet de garantir que le film reflète à la fois :

- la **vision du FORIM** ;
- **l'expertise produite par les études et la capitalisation** ;
- et la **parole des fédérations et des diasporas**, qui sont au cœur du projet Connect'Diasporas.

4. Articulation entre les lots et coordination quotidienne

Enfin, quelle que soit la configuration retenue (un prestataire pour un seul lot, ou un même prestataire pour plusieurs lots), les TDR posent le principe d'une **coordination quotidienne** assurée par le FORIM, avec :

- des **points réguliers** entre l'équipe du programme et les prestataires pour organiser le calendrier des tournages, des formations et des livrables ;
- un **partage d'information continu** entre les prestataires des différents lots (et avec les prestataires des études / capitalisation), afin de mutualiser les contenus et d'éviter les doublons ;
- une **validation progressive** des productions (notes de cadrage, scripts, plans de tournage, supports pédagogiques, montages intermédiaires) via la coordination FORIM et, le cas échéant, les COTECH ou le groupe documentaire.

Ce cadre de gouvernance fournit aux prestataires un **référentiel clair de dialogue et de validation**, tout en laissant au document "Appel d'offre" le soin de détailler la procédure de sélection, les modalités financières et le calendrier de passation.