

## Appel d'offres

Pour la réalisation de vidéos et photos du projet ATLAS

### Termes de référence

<b>Client</b>	Projet ATLAS - Solthis
<b>Mission</b>	Réalisation de vidéos et photos du projet ATLAS au Sénégal, Mali et Côte d'Ivoire (tournage et montage)
<b>Période :</b>	Septembre 2021 – Novembre 2021
<b>Date limite de réception des offres</b>	20 août à 18h00 GMT au plus tard
<b>Envoyer les offres :</b>	A l'attention de Juliette BASTIN (responsable communication et plaidoyer projet ATLAS) Avec la référence : Ref : 21_09_ATLAS-CO_Video A l'adresse email : <a href="mailto:responsablecom.atlas@solthis.org">responsablecom.atlas@solthis.org</a> et en cc : <a href="mailto:assist.admin.coordo@solthis.org">assist.admin.coordo@solthis.org</a>

#### Qui sommes-nous ?

- **Solthis est une ONG de solidarité internationale** dont l'objectif est d'améliorer la prévention et l'accès à des soins de qualité en renforçant les systèmes et services de santé des pays où elle intervient.
- **Créée en 2003 par des médecins-chercheur-se-s de l'hôpital de la Pitié-Salpêtrière**, Solthis inscrit son action dans une démarche de développement pérenne afin de faire face sur le long terme aux enjeux de santé publique dans les pays à ressources limitées.
- **Solthis est une ONG de professionnels de santé et du développement engagés dont la spécificité est :**
  - ✓ Une démarche scientifique et empirique afin de trouver des solutions coûts-efficaces adaptées aux réalités du terrain,
  - ✓ Une mobilisation d'experts pluridisciplinaires des pays du Nord et du Sud afin de prendre en compte toutes les dimensions des enjeux de santé : médicale, sociale, économique ou politique.

#### Contexte et objectifs du projet ATLAS

- **L'Afrique de l'Ouest est l'une des régions les plus touchées par le VIH au monde** (la 2<sup>ème</sup> derrière l'Afrique de l'Est et australe) où seules 68% des PVVIH connaissent leur statut virologique, avec une prévalence modérée au sein de la population générale mais concentrée au sein de certains groupes :
  - ✓ Professionnel-le-s du sexe, partenaires et/ou client-e-s,
  - ✓ Hommes ayant des relations sexuelles avec les hommes,
  - ✓ Usager-e-s de drogues,
  - ✓ Partenaires des Personnes Vivant avec le VIH/Sida

- ✓ Personnes ayant des Infections / Maladies Sexuellement Transmissibles.

Pays	Prévalence VIH	Premier 90* (90% des personnes séropositives connaissent leur statut)	Deuxième 90* (90 % des personnes séropositives reçoivent un traitement)
Côte d'Ivoire	2.7 %	73%	86%
Mali	1,2%	43%	93%
Sénégal	0,4%	71%	98%

\* Source AidsInfo, ONUSIDA 2019

- Dans un contexte socioculturel freinant le recours au dépistage avec notamment des enjeux de stigmatisation forts, il est **nécessaire de diversifier l'offre de dépistage** pour toucher ces populations spécifiques. Ces populations sont les principales cibles du projet ATLAS car elles n'accèdent pas aux services et/ou leurs pratiques requièrent des tests plus fréquents.
- En 2016, l'OMS a publié les premières **recommandations et orientations mondiales relatives à l'autotest de dépistage du VIH**, en tant que supplément au document intitulé : «Consolidated guidelines on HIV testing services». L'autodépistage du VIH est recommandé comme une approche **complémentaire** des services de dépistage existants pour atteindre les **95-95-95 d'ici 2030** (anciennement les 90-90-90, voir plus haut), à savoir : 95% des personnes vivant avec le VIH connaissent leur statut sérologique, 95% des personnes infectées par le VIH dépistées reçoivent un traitement antirétroviral durable, et 95% des personnes recevant un traitement antirétroviral ont une charge virale indétectable.
- **Avantages de l'autodépistage du VIH :**
  - ✓ Rapide : donne le résultat en 20 minutes
  - ✓ Pratique : pas besoin de se déplacer en centre de santé
  - ✓ Favorise l'autonomisation (empowerment) des usagers
  - ✓ Discrétion – réduit la peur de la stigmatisation
  - ✓ Forte acceptabilité (population générale et populations-clés)
  - ✓ Permet de créer la demande pour le dépistage VIH chez les populations qui n'ont pas accès aux services actuels
  - ✓ Coût-efficacité : potentiel d'être coût-efficace en augmentant l'efficacité du dépistage VIH et en réduisant les coûts pour les usagers
  - ✓ Ressources additionnelles :
    - Site web : HIVST.org
    - Unitaid/WHO market and technology landscape: HIV rapid diagnostic tests for self-testing (2017)
    - WHO Guidelines on HIV self-testing and partner notification (2016)

Le projet ATLAS est mis en œuvre par un consortium composé de **Solthis** (chef de file) et de **l'Institut de Recherche pour le Développement** (IRD). Le bureau de coordination régionale du projet est basé à Dakar, et un bureau national existe dans chacun des trois pays cibles du projet. Il est exécuté dans 3 pays d'Afrique de l'Ouest (**Côte d'Ivoire, Mali, Sénégal**) pour une durée de **3,5 ans** avec le **soutien financier d'Unitaid** ([www.unitaid.org](http://www.unitaid.org)) pour un montant de **15,7 millions de dollars**.

**Depuis trois ans, le projet ATLAS améliore la connaissance du statut VIH parmi les populations les plus à risque**, afin de réduire les nouvelles infections et la mortalité liée au VIH. Le projet favorise la diffusion de

kits d'autodépistage de VIH chez les personnes à haut risque et leurs partenaires. ATLAS, qui signifie « Autotest, libre d'accéder à la connaissance de son statut VIH », prévoit de distribuer **environ 400 000 kits d'autodépistage**.

Il s'agit d'un **projet de mise en œuvre à échelle moyenne** (et non un projet pilote) avec un important volet recherche et évaluation qui permet d'accompagner les choix politiques et stratégiques dans la région.

Le projet ATLAS, après 3 ans de mise en œuvre, **a justifié l'utilisation de l'autodépistage comme stratégie complémentaire pour combler le gap de dépistage**. Les résultats de recherche disponibles confirment l'efficacité de cette stratégie. Le Sénégal et le Mali ont d'ores et déjà adopté une stratégie nationale de l'autodépistage du VIH pour la mise à l'échelle nationale, et la Côte d'Ivoire réalise actuellement cette étape.

**Les différentes réalisations d'ATLAS ont été documentées et ces ressources sont disponibles sur le site internet du projet et la chaîne YouTube :**

<https://atlas.solthis.org/autotest-vih-atlas-ressources/>

[https://www.youtube.com/channel/UC80cfsQZdSflyB\\_tCy4qg6w](https://www.youtube.com/channel/UC80cfsQZdSflyB_tCy4qg6w)

### Les populations cibles du projet ATLAS

- Les **populations ciblées** par le projet sont les suivantes :
  - ✓ Populations-clés difficiles à atteindre et leurs partenaires : hommes ayant des relations sexuelles avec des hommes (HSH) y compris « cachés », travailleuses du sexe (TS) y compris occasionnelles et leurs partenaires et clients, usager·ère·s de drogues (UD) et leurs partenaires ;
  - ✓ Partenaires de PVVIH ;
  - ✓ Patients IST et leurs partenaires.
- Le projet s'appuie sur les **acteur·trice·s et programmes de proximité déjà en place pour établir** le lien avec les groupes difficiles à atteindre dans lesquels on observe une prévalence du VIH. Les connaissances générées par le projet (mis en œuvre en consortium avec l'IRD) montreront les meilleurs moyens pour déployer les autotests et les intégrer dans les programmes de santé nationaux.
- La stratégie mise en place pour atteindre les populations à risque a été élaborée avec les institutions nationales et internationales, les partenaires techniques, associatifs et financiers des pays concernés. Elle est menée au niveau national dans le **cadre des programmes et groupes techniques spécialisés sur le VIH, en collaboration avec les gouvernements et services de santé**.
- **Partenaires locaux** dans les 3 pays :
  - ✓ Conseils nationaux de lutte contre le Sida
  - ✓ Ministères de la Santé (programmes nationaux de lutte contre le VIH)
  - ✓ Associations locales, représentants des bénéficiaires
- **Autres partenaires :**
  - ✓ PSI – Projet STAR en Afrique australe (projet distribution autotests en Afrique australe, financé par Unitaïd : <https://www.psi.org/star-hiv-self-testing-africa/>)
  - ✓ MTV Staying Alive Foundation – Projet Shuga en Côte d'Ivoire : Le projet sera mené en collaboration également avec la nouvelle campagne MTV Shuga. Unitaïd octroie également une subvention de 10,1 millions de dollars à la Fondation Staying Alive de MTV pour intégrer

des scénarii impliquant les autotests de dépistage du VIH et la prévention dans sa série dramatique télévisée MTV Shuga. La subvention financera également une campagne multimédia et des programmes de tutorat destinés aux jeunes de 15 à 24 ans, l'un des segments de la population les plus vulnérables à l'infection au VIH. La série sera lancée l'an prochain en Côte d'Ivoire et en synergie avec le projet ATLAS qui cible les jeunes dans ce pays également.

- ✓ OMS – équipe dédiée à l'autotest en appui technique.

**Plus d'informations sur le projet et ses réalisations :** <https://atlas.solthis.org>

## La mission

Dans le cadre du projet, la réalisation de vidéos était prévue en début et fin de projet, permettant de documenter les progrès accomplis.

Les vidéos produites en début de projet sont disponibles :

<https://youtube.com/playlist?list=PL18F9pbOT7EgR5wP5sFLkYMOv2PduiAnt>

Cette mission s'inscrit dans le cadre **de la phase de clôture du projet ATLAS** au Sénégal, Mali et Côte d'Ivoire.

Elle consiste à produire des vidéos et réaliser des photos dans les 3 pays d'intervention du projet et d'effectuer, par la suite, le montage de :

- **3 vidéos nationales** qui serviront à documenter les réalisations du projet, notamment la faisabilité et l'intérêt de l'ADVIH en tant que stratégie complémentaire de dépistage et à alimenter le plaidoyer pour l'accès effectif aux services de dépistage dans chaque pays.

Elles ciblent les acteur·trice·s nationaux·les de la lutte contre le sida, et plus largement les acteur·rice·s de la santé, susceptibles d'être intéressé·e·s par des solutions alternatives pour combler les gaps existants. Elles ciblent également celles et ceux ayant besoin de connaître leur statut VIH.

- **1 vidéo régionale** dont l'objectif est d'être un outil de plaidoyer et de transfert de connaissances à visée sous-régionale et internationale pour démontrer la pertinence et l'impact de l'ADVIH en contexte d'épidémie faible en population générale et concentrée au sein de certaines populations, mais également son impact en périphérie des populations cibles via la dispensation secondaire, une des innovations majeures du projet.

Elle cible les acteur·rice·s de la lutte contre le VIH / sida, et plus largement les acteur·rice·s de la santé dans les pays en développement, et particulièrement les partenaires techniques et financiers, les acteur·trice·s du dépistage à l'international et dans la sous-région, les chercheur·se·s, et les responsables de projets opérationnels visant à améliorer la prise en charge du VIH/sida.

Le contenu des vidéos sera basé sur les témoignages de bénéficiaires, d'acteur·trice·s de terrain, d'acteur·rice·s institutionnel·le·s dont des représentant·e·s des ministères de la Santé et / ou des programmes nationaux de lutte contre le VIH, de représentant·e·s de l'OMS, de l'Onusida et d'Unitaid et sur la valorisation des résultats préliminaires de recherche (cf. en bas, rubrique contenus et angles des vidéos).

## Prestations attendues

### 3 tournages + photographies :

- 01 tournage au Sénégal + photos
- 01 tournage en Côte d'Ivoire + photos
- 01 tournage au Mali + photos

## Livrables attendus

- **4 vidéos HD, chacune avec sa version sous-titrée en anglais et sa version diffusion web :**
  - ✓ 01 vidéo du projet au Sénégal (vidéo de 3 à 4 mn)
  - ✓ 01 vidéo du projet en Côte d'Ivoire (vidéo de 3 à 4 mn)
  - ✓ 01 vidéo du projet au Mali (vidéo de 3 à 4 mn)
  - ✓ 01 vidéo régionale qui sera montée à partir des rushs réalisés lors des tournages des vidéos nationales (05 mn maximum)
- **Photos réalisées dans chaque pays**
- **Intégralité des rushs**
- **Droits cédés**

## Contenus et angles des vidéos

### Vidéos nationales ATLAS

Durée estimée : 3 à 4'

Diffusion nationale et internationale

Présentation des réalisations du projet ATLAS et impact de l'autodépistage dans chacun des trois pays

Note d'intention pré-tournage

### Fil rouge

Nous allons suivre et faire témoigner les acteur·trice·s du projet et faire ressortir les résultats préliminaires de recherche pour :

- Illustrer l'innovation et l'impact du projet ATLAS par les différentes actions mises en place dans chaque pays (les conditions nécessaires pour mettre en place l'autodépistage)
  - ✓ Les circuits de distribution et de sensibilisation : mobilisation et engagement de toutes et tous : communautaires et centres de santé, volonté et engagement des cibles (Travailleuses du sexe...)
  - ✓ Démarches et stratégies de transition mises en place : montrer que les pays ont adopté les stratégies nationales d'autodépistage et sont prêts pour la transition
- Démontrer la performance de l'autodépistage dans chaque pays
- Souligner l'intérêt de l'autotest et la nécessité de le proposer dans chaque pays en tant que stratégie complémentaire de dépistage pour atteindre le 1<sup>er</sup> 95.

### Interview

- Chefs de projet / chercheur·se·s impliqués dans le projet ATLAS
- Partenaires communautaires / institutionnels
- Représentant·e du ministère de la Santé (notamment des programmes de lutte contre le VIH) / CNLS
- Dispensateur·rice·s et utilisateur·rice·s de l'autodépistage.

### Aspects techniques

- Prévoir tournage de nuit, en zone rurale, en zone urbaine, intérieur et extérieur
- Prévoir que certains de nos témoins souhaiteront rester anonymes.

### Mots-clés

Innovation, autonomisation, dépistage, espoir, volonté, engagement, démedicalisation, faisabilité, adaptation, adhésion.

### Format

Dynamique, moderne, séquence courte. Phrases courtes, argumentées et « efficaces ».

---

### VIDEO Régionale ATLAS

Durée estimée : 5'

Diffusion internationale

Démontrer l'impact de l'autodépistage sur les épidémies faibles en population générale qui restent concentrées au sein de certaines populations

Note d'intention prétournage

### Fil rouge

Faire témoigner les partenaires et acteur-trice-s pour démontrer l'impact de l'ADVIH dans le contexte épidémique de l'Afrique de l'Ouest et centrale.

### L'impact et les avantages de l'autotest :

- **A permis aux gens qui ne se testent pas de se tester et a favorisé le dépistage de leur entourage, a permis à ces personnes** de connaître leur statut et d'entrer dans les soins : témoignages des bénéficiaires cibles et pair-e-s-éducateur-trice-s, chercheur-se-s du projet ATLAS
- **Facile, discret et anonyme** : mettre en lumière les avantages de l'autotest avec des témoignages de bénéficiaires (dont ce que cela a changé pour eux et leurs proches)
- **Est une stratégie alternative efficace pour atteindre le 1<sup>er</sup> 95** : interviews Unitaïd, Directrice du Projet ATLAS, Ministère et programmes VIH, OMS WCA
- **Permet une démedicalisation et de rendre les personnes actrices de leur santé** : illustration de ces innovations par l'image et le témoignage

### Aspects techniques

Pas de tournage spécifique pour cette vidéo, il s'agira d'un montage à partir des tournages effectués dans les 3 pays d'intervention du projet

### Mots-clés

Innovation, autonomisation, dépistage, espoir, volonté, engagement, démedicalisation, recherche, faisabilité, adaptation, adhésion.

### Rendu final

Séquences courtes, modernes, dynamiques, rythmées.

## Calendrier estimé

Dates de tournage à caler, mais le prestataire devra tenir en compte les éléments suivants :

- 3 jours de tournage dans chaque pays ;
- les vidéos montées devront être livrées **pour le 15 novembre 2021**.

## Budget

Budget disponible pour le tournage et montage : 10 000 000 CFA TTC (environ 15 000 euros).

## Offre

Les propositions pour le tournage des 03 vidéos, le montage des 4 vidéos et la prise de photos sur les différents sites (Sénégal, Mali et Cote d'Ivoire) devront être remises **le 20 août à 18h00 GMT** au plus tard.

Elles comprendront les éléments suivants :

- **Calendrier des disponibilités**
- **Exemples de vidéos et photos** réalisés par le prestataire
- **Composition de l'équipe**
- **CVs et références** de l'équipe en charge
- **Devis** couvrant toutes les prestations. Le devis devra détailler précisément le coût de chaque prestation et distinguer les différents niveaux d'intervention. Il devra tenir compte des frais de vie et de déplacement pour les tournages et intégrer d'éventuels coûts liés aux cessions de droits (notamment relatifs à la musique).