



Campagne d'information à destination des adolescentes et adolescents de 11-18 ans pour lutter contre les (cyber)violences de genre

Cahier des charges et règlement de consultation

Phase 1 - pré-sélection des agences :

Du 18 juillet au 5 août 2024

Le Centre Hubertine Auclert

Organisme associé de la Région Île-de-France, [le Centre Hubertine Auclert](#) (association loi 1901) est le Centre francilien pour l'égalité femmes-hommes.

Il a pour principaux objectifs la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes et la lutte contre les violences faites aux femmes, à travers l'Observatoire régional des violences faites aux femmes. Il apporte de l'expertise et des ressources sur ces thèmes aux actrices et acteurs qui œuvrent sur le territoire francilien.

Le Centre Hubertine Auclert contribue, avec l'ensemble de ses membres, à la lutte contre les inégalités et les discriminations fondées sur le sexe et le genre et promeut l'égalité femmes-hommes.

Ses missions se déclinent en quatre pôles :

- Construire une plateforme régionale de ressources et d'échanges sur l'égalité femmes-hommes, à travers notamment l'égalithèque.
- Renforcer le réseau des acteurs et actrices franciliennes de l'égalité femmes-hommes à travers des accompagnements individuels, l'organisation de cadres d'échanges collectifs et de formations.
- **Promouvoir l'éducation à l'égalité**
- **Lutter contre toutes les formes de violences faites aux femmes**, avec l'Observatoire régional des violences faites aux femmes.

Le Centre Hubertine Auclert regroupe à ce jour 300 membres (associations, syndicats, collectivités locales et institutions).

Les campagnes précédentes du Centre Hubertine Auclert

Chaque année, le Centre Hubertine Auclert crée une campagne à destination des 14-18 ans sur un sujet en rapport avec l'égalité entre les femmes et les hommes ou les violences faites aux femmes. Parmi ses campagnes :

- [Stop cybersexisme \(2016\)](#): campagne pionnière sur cette thématique, composée [d'affiches et de flyers](#) et d'un site complet sur la question, très visité.
- [Tu m'aimes, tu me respectes \(2017\)](#), qui traite des violences dans les relations amoureuses des 15-18 ans. Elle comprend [4 affiches](#) et [4 flyers](#), un site, des mini-vidéos et [une vidéo](#) des Youtubeuses de la chaîne « Parlons peu, mais parlons ». La vidéo compile plus de 900 000 vues et les supports ont beaucoup de succès auprès des lycées.
- [Sexisme, parlons-en \(2019\)](#), qui traite des conséquences du sexisme : des affiches et flyers, [une vidéo](#) sur la chaîne Youtube de Rose Carpet vue plus de 320 000 fois, une diffusion virale sur Instagram (476 339 vues sur le compte de

Rose Carpet, plus d'un million sur le compte de WondHer) et sur Tiktok (16 000 reprises du monologue, 10 millions de vues).

- [Plus Jamais Sans Mon Accord \(2020\)](#), qui donne des outils aux adolescent-es pour identifier les violences sexuelles, et y réagir en tant que victime ou témoin (plus de 2,1 millions de vues uniques grâce à une campagne menée avec des influenceur-euses).
- [Inceste parlons-en \(2021\)](#) : une campagne qui répond à la recommandation centrale de prévention issue du rapport commandé par la Région IDF "Ensemble, Vaincre l'inceste et s'en Affranchir". Pour lutter contre l'inceste et son tabou, il faut pouvoir en parler pour agir. La campagne se décline autour d'un site web, [un guide pour les professionnel·les](#), [une carte ressource à destination des élèves](#), [une déclinaison de 4 affiches pour les lycées](#) et une vidéo diffusée dans le transilien.
- [#MavoieMonChoix \(2022\)](#), une campagne sur les stéréotypes de genre qui entravent les choix d'orientation des jeunes. Elle se compose de [quatre affiches](#), un [guide pédagogique](#) à destination des équipes enseignantes éducatives, d'un site ressources et d'un motion design.
- [#MonGenreDeSport \(2024\)](#), une campagne pour agir pour plus d'égalité dans les pratiques sportives des adolescent-es. La campagne se décline sous forme de [trois affiches](#), [un guide pédagogique](#) pour les équipes enseignantes et éducatives, d'un site ressources, et d'un motion design.

Présentation du projet

En 2016, le Centre Hubertine Auclert publie une étude pionnière, réalisée en partenariat avec le ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse (MENJ) dans les 3 académies franciliennes : Le cybersexisme chez les adolescent-es (12-15 ans) » - Étude sociologique dans les établissements franciliens de la 5e à la 2^{de}.

Le Centre Hubertine Auclert a continué à développer son expertise sur les cyberviolences sexistes et sexuelles, et nous publierons en mars 2025 une nouvelle étude inédite sur le sujet : **(Cyber)violences de genre chez les jeunes (11-18 ans) : victimations sexistes, sexuelles et LGBTphobes dans des collèges et lycées franciliens.**

Les résultats de cette étude portant sur les jeunes de 11 à 18 ans, et permettent de mieux comprendre la nature et l'ampleur des **(cyber)violences de genre**. Nous définissons ces violences comme tout type d'acte préjudiciable perpétré contre une personne ou un groupe de personnes en raison de leur sexe, de leur genre, de leur orientation sexuelle, de leur identité de genre, et/ou de leur non-conformité aux rôles socialement attribués à leur genre, réels ou perçus, autant dans les espaces cyber et non-cyber.

Plusieurs constats clés ressortent de l'étude :

- Les cyberviolences de genre font partie du continuum des violences de genre :
 - Les (cyber)violences de genre peuvent être présentes dans l'espace cyber ou non, se prolongent dans celui-ci et au-delà. La frontière est poreuse entre les espaces cyber et non-cyber, c'est pour cela que le "cyber" est noté entre parenthèse.
 - Les (cyber)violences psychologiques, physiques ou sexuelles sont très corrélées entre elles. 85% des élèves déclarent avoir été victime d'au moins une forme de violence durant l'année.
 - Les (cyber)violences sont protéiformes, et se cumulent
- Les filles sont majoritairement victimes de (cyber)violences
- Les élèves LGBT+ sont davantage victimes de (cyber)violences, et particulièrement les filles LBT+
- Les jeunes sont victimes à tous les âges, dès le collège, et dans tous les milieux sociaux

C'est dans le cadre de cette étude, que nous souhaitons mener une campagne pour sensibiliser et inciter à l'action. La campagne du Centre Hubertine Auclert, en tant qu'organisme associé de la Région Île-de-France, concerne principalement les lycées franciliens.

Elle vise d'un côté à déconstruire auprès des élèves les mécanismes des (cyber)violences de genre et proposer des ressources aux victimes et de l'autre à outiller les personnels éducatifs pour qu'elles et ils puissent mieux accompagner les jeunes.

Objectifs

-Information : déconstruire auprès des adolescentes et adolescents les mécanismes des (cyber)violences de genre

- Sensibiliser les jeunes aux notions de (cyber)violences
- Proposer des ressources et orienter les victimes de (cyber)violences

-Action : la campagne doit proposer des pistes pour agir contre les (cyber)violences de genre

Cibles

- **Cœur de cible** : public adolescent de 14-18 ans
- Public secondaire : public adolescent de 11-14 ans
- Professionnelles et professionnels de l'éducation

Supports de communication envisagés :

- Kit pour les lycées, et collèges :
 - Création d'affiches
 - Mise en page d'un guide pédagogique à destination des équipes éducatives et enseignantes
- Un ou plusieurs spots vidéo
- Visuels déclinés pour les réseaux sociaux
- Habillage d'un site web centralisant tous les supports et messages, déclinaison des visuels pour ce site internet)

Budget maximum envisagé :

- 60 000 euros TTC

Un cahier des charges plus détaillé sera transmis aux agences sélectionnées pour la 2ème phase de la consultation.

Dates - Phase 1

- Diffusion de la première phase de consultation : le 18 juillet 2024
- Réception des candidatures d'agences : du 18 juillet au 5 août 2024
- Etude des candidatures et pré-sélection de 5 agences : 6 août au 9 août 2024

- **Dates - Phase 2**
- Diffusion de la 2ème phase de consultation auprès des 5 agences sélectionnées : du 12 août au 13 septembre 2024
- Etude des offres reçues : du 16 septembre au 2 octobre 2024
- Commission de sélection : 4 octobre 2024
- Désignation de l'agence retenue / des agences retenues : 7 octobre 2024

Règlement de consultation

Art.1. Organisation de la consultation

Le dossier de consultation est composé du cahier des charges et du règlement de consultation.

Il est diffusé via le site internet du Centre Hubertine Auclert, via les sites www.francemarches.com, www.boamp.fr, ainsi qu'à des agences de communication ou structures de l'audiovisuel. Il est disponible sur simple demande au Centre Hubertine Auclert.

La consultation est divisée en deux phases :

- Phase 1 : sélection de 5 agences sur candidature
- Phase 2 : sélection des offres de ces 5 agences.

Calendrier de la consultation :

- **Diffusion de la première phase de consultation : du 17 juillet au 05 août 2024 à 23h59**
- Etude des candidatures et pré-sélection de 5 agences : du 06 août au 09 août 2024
- **Diffusion de la 2ème phase de consultation auprès des 5 agences sélectionnées** : du 12 août au 13 septembre 2024
- Etude des offres reçues : du 16 septembre au 2 octobre 2024
- Commission de sélection : 4 octobre 2024
- Désignation de l'agence retenue / des agences retenues : 7 octobre 2024

La date prévisionnelle de commencement de la mission est fixée au 8 octobre 2024
La campagne devra être intégralement diffusée au plus tard au 7 mars 2025

Art.2. Conditions d'envoi et de remise des candidatures pour la phase 1

Les candidatures doivent parvenir au Centre Hubertine Auclert au plus tard **le 7 août à 23h59**.

Les candidatures reçues par le Centre Hubertine Auclert après cette date seront déclarées « parvenues hors délai » et ne seront pas examinées.

Les candidatures seront transmises au Centre Hubertine Auclert sous format numérique, par courriel ayant pour objet : « Campagne sur les (cyber)violences de genre – phase 1 », à Anne-Sophie Ho Massat, anne-sophie.ho-massat@hubertine.fr, et à Auriane Duroch auriane.duroch-barrier@hubertine.fr

Contenu des candidatures pour la phase 1

La candidature devra obligatoirement présenter :

- Une présentation de l'agence, ses valeurs et ses engagements
- Les compétences de l'agence : graphisme ; relations médias ; influence web ; vidéo...
- Des exemples de réalisations, idéalement liés à la lutte les violences sexistes et sexuelles, la lutte contre les stéréotypes sexistes et les discriminations, l'égalité femmes-hommes, avec indication des budgets.
- Les résultats obtenus sur ces projets
- Une réflexion synthétique sur les enjeux spécifiques d'une campagne sur les (cyber)violences de genre
- La production par le candidat de ses obligations fiscales et sociales

Les agences dont les candidatures ne seront pas retenues par le Centre Hubertine Auclert seront avisées du rejet de leurs offres par écrit.

Art.3. Conditions d'envoi et de remise des candidatures pour la phase 2

Un cahier des charges détaillé sur le contexte de la campagne, ses enjeux et ses objectifs sera envoyé aux agences sélectionnées le 12 août.

Les offres des 5 agences sélectionnées lors de la phase 1 devront parvenir au Centre Hubertine Auclert au plus tard **le 13 septembre 2024 à 23h59**.

Contenu des candidatures pour la phase 2

La candidature devra obligatoirement présenter :

- Une présentation des enjeux de la campagne ;
- Une proposition détaillée des dispositifs et messages de la campagne ;
- Les noms, qualités et références professionnelles des membres de l'équipe ;
- 2 pistes créatives ;
- Un calendrier détaillé ;

- Un prix TTC détaillé ;

Les propositions non conformes au règlement de consultation seront systématiquement rejetées.

Art.5. Renseignements complémentaires

Les équipes candidates peuvent obtenir des renseignements complémentaires en écrivant au Centre Hubertine Auclert.

Phase 1 : les questions devront parvenir au Centre par mail avant le 05 août 2024 à l'adresse auriane.duroch-barrier@hubertine.fr Le Centre y répondra par écrit.

Phase 2 : les questions devront parvenir au Centre par mail avant le 12 septembre 2024 à l'adresse auriane.duroch-barrier@hubertine.fr Le Centre y répondra par écrit.

Délai de validité des offres de la phase 2

Le délai de validité des offres est fixé à 1 an, à compter de la date limite de remise des offres.

Art.7.Evaluation des agences candidates en phase 1

La pré-sélection des agences sera effectuée selon les critères suivants, et avec application des coefficients de pondération suivants :

- Présentation et valeurs de l'agence : 10%
- Qualité des réalisations et créativité : 40%
- Compréhension des enjeux spécifiques d'une campagne sur la lutte contre les (cyber)violences de genre parmi des lycéens et lycéennes : 40%
- Impact des campagnes passées : 10%

Art.8.Evaluation des agences candidates en phase 2

La sélection des agences sera effectuée selon les critères suivants, et avec application des coefficients de pondération suivants :

- Une présentation des enjeux de la campagne ; 10%
- Une proposition détaillée des dispositifs et messages de la campagne ;10%
- La piste créative ; 40%
- Un prix TTC détaillé ; 40 %

Art.8. Durée du marché

Le marché est conclu pour une durée de 1 an (12 mois) à compter de la date de sa notification au titulaire.

La date prévisionnelle de commencement de la mission est fixée au 8 octobre 2024
La campagne devra être intégralement diffusée au plus tard pour mars 2025.

Art.9. Sous-traitance

En cas de sous-traitance, le prestataire s'engage à informer le Centre Hubertine Auclert.

Le prestataire atteste que ses assurances professionnelles le garantissent contre les défaillances de ses sous-traitants. Il est rappelé l'exigence de transparence financière en cas de sous-traitance.

Art.10. Contacts

Anne-Sophie Ho Massat, directrice du Centre Hubertine Auclert anne-sophie.ho-massat@hubertine.fr

Auriane Duroch, chargée de mission relations média, campagnes et réseaux sociaux
auriane.duroch-barrier@hubertine.fr