

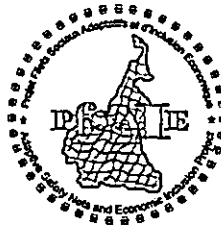
REPUBLIQUE DU CAMEROUN

Paix – Travail – Patrie

MINISTRE DE L'ECONOMIE, DE LA
PLANIFICATION ET DE L'AMENAGEMENT DU
TERRITOIRE

COMITE TECHNIQUE DE SUIVI
DES PROGRAMMES ECONOMIQUES

PROJET FILETS SOCIAUX ADAPTATIFS ET
D'INCLUSION ECONOMIQUE



REPUBLIC OF CAMEROON

Peace – Work – Fatherland

MINISTRY OF ECONOMY, PLANNING
AND REGIONAL DEVELOPMENT

TECHNICAL FOLLOW UP
COMMITTEE
FOR ECONOMIC PROGRAMS

ADAPTIVE SAFETY NETS AND
ECONOMIC INCLUSION PROJECT

PROJET FILETS SOCIAUX ADAPTATIFS ET D'INCLUSION ECONOMIQUE- UNITE DE GESTION DU PROJET (UGP)

**AVIS A SOLLICITATION DES MANIFESTATIONS D'INTERET N° 009/ASMI/
MINEPAT/CTS/PFS-AIE/UGP/2025 DU 01 DECEMBRE 2025 POUR LE
RECRUTEMENT DES AGENCES DE COMMUNICATION CHARGEES
D'APPUYER L'UNITE DE GESTION DU PROJET FILETS SOCIAUX ADAPTATIFS
ET D'INCLUSION ECONOMIQUE (PFS-AIE) DANS LA REALISATION DES
CAMPAGNES DE COMMUNICATION AUPRES DES JEUNES CIBLES DU CYCLE
2 DU PROGRAMME DE CONCOURS DES PLANS D'AFFAIRES (CPA)**

IDA Crédit N° 70480-CM

Pays : Cameroun

Projet : Projet Filets Sociaux Adaptatifs et d'Inclusion Economique

Crédit IDA : N°70480 CM

Titre : Recrutement des Agences de Communication chargées d'appuyer le Projet Filets Sociaux Adaptatifs et d'Inclusion Economique (PFS-AIE) dans la réalisation des campagnes de communication auprès des jeunes cibles du Cycle 2 du Programme de Concours des Plans d'Affaires (CPA)

1. Contexte et justification

Le Gouvernement de la République du Cameroun a obtenu un crédit de l'Association Internationale de Développement (IDA) pour couvrir le coût du Projet Filets Sociaux Adaptatifs et d'Inclusion Economique (PFS-AIE) et a l'intention d'utiliser une partie du montant de ce crédit pour effectuer les paiements au titre des contrats portant sur les services des Agences de Communication chargées d'appuyer le Projet dans la réalisation des campagnes de communication auprès des jeunes cibles du Cycle 2 du Programme de Concours des Plans d'Affaires (CPA) des villes de Douala, Yaoundé, Maroua, Garoua, Buea et Bamenda.

Le PFS-AIE comprend 5 composantes à savoir : (i) Composante 1 « Projet filets sociaux adaptatifs », (ii) Composante 2 « Inclusion économique des jeunes et entrepreneuriat », (iii) Composante 3 « Systèmes numériques de prestation réactifs aux chocs », (iv) Composante 4 « Soutien à la gestion et à la coordination du Projet » et (v) Composante 5 « Composante de réponse d'urgence (CERC) ».

En ce qui concerne la Composante 2 « Inclusion économique des jeunes et entrepreneuriat », elle vise (i) à soutenir l'emploi décent, (ii) à fournir une solution immédiate pour les jeunes urbains pauvres et vulnérables et (iii) à contribuer au développement du secteur privé et à la création

d'emplois pour les jeunes de 18 à 35 ans à travers deux Sous-composantes. Il s'agit de la sous composante 2.1 portant sur l'Inclusion Economique des Jeunes et la sous composante 2.2 sur le Concours des Plans d'Affaires.

La mise en œuvre du programme CPA se fait en 02 cycles au profit de 2.000 bénéficiaires finaux répartis comme suit : (i) le cycle 1 bénéficie à 1000 jeunes entrepreneurs et (ii) le cycle 2 à 1000 jeunes entrepreneurs également.

Le cycle 1 du programme CPA, a été lancé en 2024 dans les six (06) villes pilotes suivantes : Ngaoundéré (110) ; Bertoua (120) ; Bafoussam (160) ; Ebolowa (110), Douala (230) et Yaoundé (270).

La mise en œuvre du deuxième cycle du Programme de Concours des Plans d'Affaires prévue en 2026 nécessite une vaste campagne de communication auprès des jeunes entrepreneurs âgés de 18 à 35 ans dans les villes retenues pour les inciter à participer massivement au programme.

2. Zones de mise en œuvre

Le Cycle 2 du programme CPA sera mis en œuvre dans les villes de Douala, Yaoundé, Maroua, Garoua, Buea et Bamenda.

Le projet requiert la présence physique sur le terrain de 04 agences de communication au total soit : (i) 01 Agence à Douala, (ii) 01 Agence à Yaoundé, (iii) 01 Agence à Maroua et Garoua et (iv) 01 Agence à Buéa et Bamenda.

Le tableau ci-dessous présente le nombre de bénéficiaires à retenir par ville et le nombre minimum de jeunes que chaque Agence de communication doit amener à s'inscrire dans la plateforme ainsi que le nombre d'Agences de communication à recruter par ville.

Villes	Nombre de bénéficiaires	Nombre minimum de candidats inscrits dans la plateforme en ligne	Nombre d'Agences de communication sur le terrain	ZONE
Douala	270	1 620	01	1
Yaoundé	180	1 080	01	2
Maroua	120	720	01	3
Garoua	120	720		
Buea	160	960	01	4
Bamenda	150	900		
TOTAL	1.000	6.000	04	

3. Objectifs de la mission

3.1 Objectif général

L'objectif général de la prestation est de réaliser des campagnes de communication de masse auprès des jeunes entrepreneurs âgés de 18 à 35 ans résidant dans les villes de Douala, Yaoundé, Maroua, Garoua, Buéa et Bamenda pour les inciter à participer au concours des plans d'affaires en s'inscrivant massivement dans la plateforme développée à cet effet.

Plus spécifiquement, sur la base de la stratégie de communication élaborée par l'UGP, l'Agence de communication devra :

- Comprendre le profil du bénéficiaire et améliorer les outils et les supports de communication (contenu et design des spots radio, spots télé, banderoles, affiches,

dépliants, tracs, flyers, flying banners, Roll up, posts de réseaux sociaux) par rapport à ceux utilisés lors de la communication de masse du cycle 1;

- proposer un plan d'action pour identifier les profils cibles recherchés pour le programme;
- informer les jeunes cibles sur le programme CPA ;
- sensibiliser les jeunes cibles pour les amener à s'inscrire en ligne dans la plateforme en ligne du programme CPA;
- informer les jeunes cibles sur les lieux et les canaux de publication des résultats après les inscriptions en ligne.

3.2 Objectifs spécifiques

De manière spécifique, l'agence de communication devra appuyer l'UGP dans :

- l'amélioration des outils et supports de communication,
- la réalisation des campagnes de communication de masse avant, pendant et après les inscriptions en ligne.

En matière d'amélioration des instruments de communication, elle est chargée de :

- améliorer les outils de communication tels que les spots radio et télé ;
- améliorer les supports de communication à savoir les banderoles, les affiches, les dépliants, flying banners, Roll up, les flyers, et posts de réseaux sociaux ;
- fournir des recommandations de communication digitale.

En matière de mise en œuvre, elle est chargée :

❖ Avant les inscriptions sur la plateforme CPA en ligne

- Réaliser un mapping des jeunes bénéficiaires à cibler dans chaque région ;
- Proposer un plan d'action qui détaille les activités de mise en œuvre et le calendrier ;
- Effectuer des campagnes de communication de masse dans les lieux de concentration des jeunes, proposés pour les sensibiliser sur le nouveau cycle du Programme de Concours des Plans d'Affaires du PFS-AIE ;
- Faire diffuser de manière régulière dans les radios locales et communautaires des villes concernées, les messages d'annonces du lancement des activités du Programme de Concours des Plans d'Affaires et à qui est destiné ce programme ;
- Faire diffuser, de manière régulière dans les nouveaux médias digitaux (Facebook, Instagram, etc.) les messages d'annonces du lancement des activités du Programme de Concours des Plans d'Affaires ;
- Afficher et distribuer les supports de communication muette (banderoles, affiches, dépliants, flyers, etc) contenant les messages d'annonces du lancement des activités du Programme de Concours des Plans d'Affaires ;
- Informer les cibles sur l'existence du site WEB du Projet et du numéro VERT du Projet pour avoir les informations sur les activités du Programme de Concours des Plans d'Affaires.

❖ Pendant les inscriptions sur la plateforme CPA en ligne

- Effectuer des campagnes de communication de masse, sur les modalités d'inscription, dans les lieux de concentration des jeunes proposés pour les amener à s'inscrire sur la plateforme du Projet et à se rendre sur les lieux de validation des inscriptions en ligne ;
- Faire diffuser de manière régulière dans les radios locales et communautaires des villes concernées, les modalités d'inscription des jeunes, pour les amener à s'inscrire sur la plateforme du Projet et à se rendre sur les lieux de validation des inscriptions en ligne ;
- Faire diffuser, de manière régulière dans les nouveaux médias (Facebook, Instagram, etc.) les messages sur les modalités d'inscription des jeunes, pour les amener à s'inscrire sur la plateforme du Projet et à se rendre sur les lieux de validation des inscriptions en ligne ;
- Afficher et distribuer les supports de communication muette (banderoles, affiches, dépliants, flyers, etc) contenant les messages sur les modalités d'inscription des jeunes, pour les amener à s'inscrire sur la plateforme du Projet et à se rendre sur les lieux de validation des inscriptions en ligne ;
- Informer les cibles sur l'existence du site WEB du Projet et du numéro VERT du Projet pour avoir les informations sur les modalités d'inscription des jeunes, pour les amener à s'inscrire sur la plateforme du Projet et à se rendre sur les lieux de validation des inscriptions en ligne.

❖ Après les inscriptions sur la plateforme CPA en ligne

- Effectuer des campagnes de communication de masse dans les lieux de concentration des jeunes entrepreneurs, proposés pour leur indiquer les lieux et dates de diffusion des résultats d'inscription en ligne ;
- Faire diffuser de manière régulière dans les radios locales et communautaires des villes concernées, pour indiquer aux jeunes les lieux et dates de diffusion des résultats d'inscription en ligne ;
- Faire diffuser, de manière régulière dans les nouveaux médias (Facebook, Instagram, etc.) les messages pour indiquer aux jeunes les lieux et dates de diffusion des résultats du ciblage ou d'inscription en ligne ;
- Afficher les supports de communication muette (affiches) contenant les messages indiquant aux jeunes les lieux et dates de diffusion des résultats de l'inscription en ligne.

4. Durée de la mission

La durée de la mission pour chaque agence de communication est de 65 jours dans un intervalle de 90 jours.

5. Profil de l'Agence de Communication

L'Agence de communication à sélectionner devra :

- Disposer d'un bureau physique propre ainsi que de ressources dans la région du programme ou être constituée en consortium d'agences ayant des représentations physiques dans les régions du programme ;

En matière de compétences et d'expériences, chaque agence de communication devra également :

- disposer d'un agrément des autorités nationales pour exercer comme Agence de communication ;
- justifier d'une forte expérience d'au moins 03 ans en matière de communication de masse ;

- avoir une expérience avérée dans la conception et la production d'outils de communication ;
- justifier d'une expérience spécifique en matière de production audio et/ou audiovisuelle d'outils de sensibilisation communautaire ;
- avoir réalisé avec succès au moins 02 campagnes de communication similaires ;
- disposer de la capacité à mobiliser toute la logistique nécessaire (*véhicules publicitaires, sonorisation et système de diffusion complets, etc*) pour le déploiement des caravanes de communication dans les zones d'intervention du Programme de Concours des Plans d'Affaires ;
- avoir les ressources humaines qualifiées, expérimentées et en nombre suffisant capables d'être mobilisées et déployées (*agents de relais, scénaristes, communicatrices, spécialistes de son, image, cadrage, lumière, etc*) en quantité suffisantes, disponible et mobilisables rapidement ;
- disposer d'une bonne expérience d'intervention en zone d'insécurité serait un atout ;
- avoir la connaissance des langues nationales est un atout.

Profil du personnel de l'Agence de communication

Pour la réalisation de la mission, l'Agence de communication devra mobiliser le personnel clé ci-après :

Profil	Qualifications
Chef de mission	Niveau BAC+5 au moins dans le domaine de la communication ayant au moins (05) ans d'expériences et ayant conduit en tant que chef de mission au moins deux missions similaires pour des organismes/sociétés/structures d'envergure nationale ou internationale (préciser les références) ;
Directeur de création	Niveau Bac+5 en communication/marketing/design; 7+ ans d'expérience en campagne de communication intégrée (print / digital / media) dont 3+ ans en direction créative en agence
Infographiste / designer	Niveau Bac+3 en design graphique (ou équivalent); 3+ ans d'expérience en agence ou freelance référencé
Cameraman / photographe	Niveau BAC+2 au moins dans le domaine l'audiovisuel et de la couverture photographique ayant au moins (02) ans d'expériences
Superviseurs et Agents de relais	Niveau Bac+2 avec une expérience dans l'animation et l'événementiel Niveau BAC au moins ayant une expérience dans la sensibilisation communautaire

6. Modalités de sélection

Les Agences de communication seront sélectionnées selon la méthode « Sélection fondée sur les Qualifications du Consultant » (SQC) en accord avec le « Règlement de Passation des Marchés pour les emprunteurs sollicitant le Financement de Projets d'Investissement (FPI), Passation des Marchés dans le cadre de Financement de Projets d'Investissement, Fournitures, Travaux, Services Autres que des Services de Consultants et Services de Consultants, sixième édition, février 2025 ».

Les Agences de communication intéressées peuvent obtenir les Termes de Référence et des informations complémentaires à l'adresse ci-dessous tous les jours ouvrables entre 8h et 16 heures à l'Unité de gestion du Projet Filets Sociaux Adaptatifs et d'Inclusion Economique, sis à Yaoundé au quartier Tsinga, Rue 1898, derrière le Palais des Congrès, face Polyclinique du Palais, Email : projetfiletsociaux.aie@gmail.com avec copie à michnjoh@yahoo.fr et andylobe2000@yahoo.fr, BP : 5838 Yaoundé-Cameroun.

7. Contenu des manifestations à adresser au PFS-AIE

Le Coordonnateur National du PFS-AIE, invite toutes les agences de communication intéressées, à manifester leur intérêt pour la fourniture des services ci-dessus décrits, à produire les éléments suivants :

- une lettre de manifestation d'intérêt adressée au Coordonnateur National du Projet Filets Sociaux Adaptatifs et d'Inclusion Economique ;
- Une présentation de l'agence de communication (la justification du statut juridique, raison sociale, principaux domaines d'activités similaires) ;
- les pièces justificatives, permettant la vérification des critères de présélection tels que présentés ci-dessus.

NB : toute information pertinente, non justifiée ne sera pas prise en compte.

Les agences de communication peuvent s'associer pour renforcer leurs compétences respectives.

Une agence de communication individuelle ou un groupement d'Agences de communication organisées sous forme de consortium sera sélectionnée par zone.

Une agence de communication individuelle ou un groupement d'Agences de communication organisées sous forme de consortium peut postuler pour une ou plusieurs zones géographiques (avec des dossiers de manifestation d'intérêt distincts) ; pour chaque manifestation d'intérêt, elle devra indiquer clairement la zone géographique pour laquelle elle postule.

Les dossiers de manifestation d'Intérêt (dont un original et deux copies) ainsi que la version scannée de l'original (sur clé USB) pour chaque zone devront être déposé à l'adresse ci-dessous au plus tard le **jeudi 18 décembre 2026 à 16 heures, heure locale** avec la mention :

« AVIS A SOLLICITATION DES MANIFESTATIONS D'INTERET N° 009/ASMI/ MINEPAT/CTS/PFS-AIE/UGP/2025 DU 01 DECEMBRE 2025 POUR LE RECRUTEMENT DES AGENCES DE COMMUNICATION CHARGEES D'APPUYER L'UNITE DE GESTION DU PROJET FILETS SOCIAUX ADAPTATIFS ET D'INCLUSION ECONOMIQUE (PFS-AIE) DANS LA REALISATION DES CAMPAGNES DE COMMUNICATION AUPRES DES JEUNES CIBLES DU CYCLE 2 DU PROGRAMME DE CONCOURS DES PLANS D'AFFAIRES (CPA) »

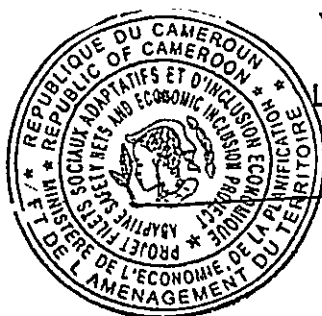
ZONE DE :

8. Adresse de dépôt des manifestations d'intérêt :

Projet Filets Sociaux Adaptatifs et d'Inclusion Economique, sis à Yaoundé au quartier Tsinga, Rue 1898, derrière le Palais des Congrès, face Polyclinique du Palais, BP : 5838 Yaoundé-Cameroun, Email : projetfiletssociaux.aie@gmail.com avec copie à michnjoh@yahoo.fr et andylobe2000@yahoo.fr.

Yaoundé, le **01 DEC 2025**

LE COORDONNATEUR NATIONAL



Njoh Michelin



ADAPTIVE SAFETY NETS AND ECONOMIC INCLUSION PROJECT-PROJECT MANAGEMENT UNIT (PMU)

REQUEST FOR EXPRESSIONS OF INTEREST No. 009/ASMI/MINEPAT/CTS/PFS-AIE/UGP/2025 OF 1 DECEMBER 2025 FOR THE RECRUITMENT OF COMMUNICATIONS AGENCIES TO SUPPORT THE ADAPTIVE SOCIAL SAFETY NETS AND ECONOMIC INCLUSION PROJECT MANAGEMENT UNIT (PFS-AIE) IN THE IMPLEMENTATION OF COMMUNICATION CAMPAIGNS TARGETING YOUTHS UNDER CYCLE 2 OF THE BUSINESS PLAN COMPETITION PROGRAMME (CPA)

IDA Credit No. 70480-CM

Country: Cameroon

Project: Adaptive Safety Nets and Economic Inclusion Project

IDA Credit : No.70480 CM

Title: Recruitment of Communication Agencies to support the Adaptive Safety Nets and Economic Inclusion Project (PFS-AIE) in the implementation of communication campaigns targeting youth under Cycle 2 of the Business Plan Competition Programme (CPA).

1. Context and Justification

The Government of the Republic of Cameroon has obtained a loan from the International Development Association (IDA) to cover the cost of the Adaptive Safety Nets and Economic Inclusion Project (PFS-AIE) and intends to use part of the loan amount to make payments under contracts for the services of Communication Agencies responsible for supporting the Project in carrying out communication campaigns targeting young people in Cycle 2 of the Business Plan Competition Programme (CPA) in the cities of Douala, Yaounde, Maroua, Garoua, Buea and Bamenda.

The PFS-AIE comprises five components, namely: (i) Component 1 'Adaptive Social Safety Nets Project', (ii) Component 2 'Economic Inclusion of Youth and Entrepreneurship', (iii) Component 3 'Shock-Responsive Digital Delivery Systems', (iv) Component 4 'Project Management and Coordination Support' and (v) Component 5 'Emergency Response Component (CERC)'.

Component 2, "Economic Inclusion of Youth and Entrepreneurship", aims to (i) support decent employment, (ii) provide an immediate solution for poor and vulnerable urban youth, and (iii) contribute to private sector development and job creation for young people aged 18 to

35 through two sub-components These are Sub-component 2.1 on Economic Inclusion of Youth and Sub-component 2.2 on Business Plan Competition.

The CPA programme is being implemented in two cycles, to benefit 2,000 final beneficiaries, distributed as follows: (i) cycle 1 benefits 1,000 young entrepreneurs and (ii) cycle 2 also benefits 1,000 young entrepreneurs.

Cycle 1 of the CPA programme was launched in 2024 in the following six pilot cities: Ngaoundere (110); Bertoua (120); Bafoussam (160); Ebolowa (110), Douala (230) and Yaounde (270).

The implementation of the second cycle of the Business Plan Competition Programme, scheduled for 2026, requires a large-scale communication campaign targeting young entrepreneurs aged 18 to 35 in the selected cities to encourage them to participate in the programme on a large scale.

2. Areas of implementation

Cycle 2 of the CPA programme will be implemented in Douala, Yaounde, Maroua, Garoua, Buea and Bamenda..

The project requires the physical presence of a total of four communication agencies on the field, as follows: (i) one agency in Douala, (ii) one agency in Yaounde, (iii) one agency in Maroua and Garoua, and (iv) one agency in Buea and Bamenda.

The table below shows the number of beneficiaries to be selected per city and the minimum number of young people that each communications agency must encourage to register on the platform, as well as the number of communications agencies to be recruited per city.

City	Number of beneficiaries	Minimum number of candidates registered on the online platform	Number of communication agencies in the field	AREA
Douala	270	1 620	01	1
Yaounde	180	1 080	01	2
Maroua	120	720	01	3
Garoua	120	720		
Buea	160	960	01	4
Bamenda	150	900		
TOTAL	1.000	6.000	04	

3. Objectives of the mission

3.1 General Objective

The overall objective of the service is to carry out mass communication campaigns targeting young entrepreneurs aged 18 to 35 living in the cities of Douala, Yaounde, Maroua, Garoua, Buéa and Bamenda to encourage them to participate in the business plan competition by registering in their numbers on the platform developed for this purpose.

More specifically, based on the communication strategy developed by the PMU, the communication agency will be required to:

- Understand the beneficiary profile and improve communication tools and materials (content and design of radio spots, TV spots, banners, posters, leaflets, flyers, flying

banners, roll-ups, social media posts) with respect to those used in the mass communication for cycle 1;

- Propose an action plan to identify the target profiles sought for the programme;
- Inform young people about the CPA programme.
- Raise awareness among young people to encourage them to register online on the CPA programme's online platform.
- Inform young people about where and how the results will be published after they have registered online.

3.2 Specific Objective

Specifically, the communications agency shall be required to support the PMU in:

- improving communication tools and materials;
- carrying out mass communication campaigns before, during and after online registration.

With regards to improving communication tools, it shall be responsible for:

- improving communication tools such as radio and television spots;
- improving communication materials such as banners, posters, leaflets, flying banners, roll-ups, flyers and social media posts;
- providing recommendations for digital communication.

In the area of implementation, it shall be responsible for:

❖ Before registration on the CPA online platform

- Map out the target youth beneficiaries in each region;
- Propose an action plan detailing the implementation activities and timetable;
- Carry out mass communication campaigns in places where young people congregate, with a view to raising awareness of the new cycle of the PFS-AIE Business Plan Competition Programme.
- Regularly broadcast announcements on local and community radio stations in the cities concerned, announcing the launch of the Business Plan Competition Programme activities and who the programme is aimed at;
- Regularly broadcast announcements on new digital media (Facebook, Instagram, etc.) announcing the launch of the Business Plan Competition Programme activities;
- Display and distribute silent communication materials (banners, posters, leaflets, flyers, etc.) containing messages announcing the launch of the Business Plan Competition Programme activities;
- Inform the target audience about the existence of the Project website and the Project's toll-free number for information on the activities of the Business Plan Competition Programme.

❖ During registration on the CPA online platform

- Carry out mass communication campaigns on registration procedures in areas where young people gather to encourage them to register on the Project platform and visit the online registration validation sites.
- Regularly broadcast information on how young people can register on local and community radio stations in the cities concerned, to encourage them to register on the Project platform and go to the online registration validation locations;
- Regularly broadcast messages on new media (Facebook, Instagram, etc.) about how young people can register, to encourage them to register on the Project platform and go to the online registration validation locations;
- Display and distribute silent communication materials (banners, posters, leaflets, flyers, etc.) containing messages about how young people can register, to encourage them to register on the Project platform and go to the online registration validation locations;
- Inform the target audience about the Project website and the Project's toll-free number for information on how young people can register, to encourage them to register on the Project platform and go to the online registration validation locations.

❖ After registration on the CPA online platform

- Carry out mass communication campaigns in places where young entrepreneurs gather, informing them of the locations and dates for the release of online registration results;
- Regularly broadcast messages on local and community radio stations in the cities concerned, informing young people of the locations and dates for the release of online registration results;
- Regularly broadcast messages on new media (Facebook, Instagram, etc.) to inform young people of the locations and dates for the release of targeting or online registration results;
- Display silent communication media (posters) containing messages informing young people of the locations and dates for the release of online registration results.

4. Duration of the assignment

The duration of the assignment for each communications agency is 65 days within a 90-day period.

5. Profile of the Communications Agency

The Communications Agency to be selected must:

- Have its own physical office and resources in the program region or be formed as a consortium of agencies with physical representations in the program regions;

With regard to skills and experience, each communications agency must also:

- Be approved by the national authorities to operate as a Communications Agency;
- demonstrate at least three years of extensive experience in mass communications;
- have proven experience in the design and production of communications tools;
- demonstrate specific experience in the audio and/or audiovisual production of community awareness tools;
- have successfully carried out at least two similar communication campaigns;
- have the capacity to mobilize all the necessary logistics (advertising vehicles, sound systems, and complete broadcasting systems, etc.) for the deployment of

communication caravans in the areas covered by the Business Plan Competition Program;

- have sufficient qualified and experienced human resources that can be mobilized and deployed (relay agents, scriptwriters, communicators, sound, image, framing, and lighting specialists, etc.) in sufficient numbers, available and quickly mobilizable;
- have good experience of working in insecure areas would be an asset;
- knowledge of national languages is an asset.

Profile of the Communications Agency staff

The Communications Agency will be required to mobilize the following key staff to carry out the mission.

<i>Profil</i>	<i>Qualifications</i>
<i>Head of Mission</i>	Holder of at least Bac /GCE Advanced level +5 qualification in the domain of communication with at least five (5) years of experience and having led at least two similar missions as head of mission for national or international organizations/companies/structures (please provide references);
<i>Creative Director</i>	Holder of Bac/GCE Advanced level+5 degree in communication/marketing/design; 7+ years of experience in integrated communication campaigns (print/digital/media), including 3+ years in creative supervision at an agency
<i>Graphic designer/designer</i>	Bac/Gce Advanced level+3 degree in graphic design (or equivalent); 3+ years of experience at an agency or as a freelance designer
<i>Cameraman/ Photographer</i>	At least two years of higher education in audiovisual and photographic coverage having at least two years of experience
<i>Supervisors and Relay Agents</i>	Two years of higher education with experience in animation and events management. Holder of at least a Bac/Gce Advanced level with experience in community outreach.

6. Selection criteria

The communication agencies will be selected using the “Consultant Qualifications Selection” (CQS) method, in accordance with the “Procurement Regulations for IPF Borrowers – Procurement in Investment Project Financing for Goods, Works, Non-Consulting and Consulting Services,” Sixth Edition, February 2025.

Interested communication agencies can obtain the Terms of Reference and additional information at the address below on working days between 8 a.m. and 4 p.m. at the Adaptive Safety Nets and Economic Inclusion Project Management Unit, located in Yaounde in the Tsinga neighbourhood, Street 1898, behind the Yaounde Conference Centre, opposite Polyclinique du Palais, Email: projetfilets sociaux.aie@gmail.com and copy michnjoh@yahoo.fr and andylobe2000@yahoo.fr, P.O. Box 5838 Yaounde-Cameroon.

7. Content of expressions of interest to be sent to the PFS-AIE

The National Coordinator of the PFS-AIE invites all interested communication agencies to express their interest in providing the services described above and to submit the following documents:

- A letter of interest addressed to the National Coordinator of the Adaptive Safety Nets and Economic Inclusion Project;
- A presentation of the communications agency (justification of legal status, company name, main areas of similar activity);
- Supporting documents enabling verification of the pre-selection criteria as presented above.

NB: any relevant information that is not justified will not be taken into consideration

Communications agencies may pool resources to strengthen their respective skills.

One individual communications agency or one group of communications agencies organized as a consortium will be selected per zone.

An individual communications agency or a group of communications agencies organized as a consortium may apply for one or more geographical area (with separate expressions of interest); for each expression of interest, it must clearly indicate the geographical area for which it is applying.

Expressions of interest files (one original and two copies) and a scanned version of the original (on a USB flash drive) for each area must be submitted to the address below by Thursday, 18 December 2026, at 4 p.m. local time, bearing the following reference:

“REQUEST FOR EXPRESSIONS OF INTEREST No. 009/ASMI/MINEPAT/CTS/PFS-AIE/UGP/2025 OF 1 DECEMBER 2025 FOR THE RECRUITMENT OF COMMUNICATIONS AGENCIES TO SUPPORT THE ADAPTIVE SOCIAL SAFETY NETS AND ECONOMIC INCLUSION PROJECT MANAGEMENT UNIT (PFS-AIE) IN THE IMPLEMENTATION OF COMMUNICATION CAMPAIGNS TARGETING YOUTHS UNDER CYCLE 2 OF THE BUSINESS PLAN COMPETITION PROGRAMME (CPA)”

AREA:

8. Address for submitting expressions of interest:

Adaptive Safety Nets and Economic Inclusion Project, located in Yaounde in the Tsinga Quarter, Street No. 1898, behind the Yaounde Conference Centre, opposite Polyclinique du Palais, PO Box: 5838 Yaounde, Cameroon, Email: projetfilets sociaux.aie@gmail.com and copy michnjoh@yahoo.fr et andylobe2000@yahoo.fr.

Yaounde, 01 DEC 2025

THE NATIONAL COORDINATOR



Njoh Michelin