

FICHE TECHNIQUE CATEGORIE 7 (Média numérique)

Pour compléter cette fiche veuillez prendre connaissance des modalités et critères détaillés dans le cahier des charges

PROJET

Nom du studio de production	Louvranges Broadcast srl
Titre du projet	TERRA FUTURA
Concepteur/conceptrice	Bossuroy André
Genre du projet (podcast, site Web, app...)	Appli mobile pour smartphone

Langue originale	FR	
Traduction	oui *	non *
Traduction en	néerlandais *	français *
Personne de contact	Bossuroy André	

ASPECTS TECHNIQUES

PLAN PAR ÉTAPES

Divisez votre projet en minimum 3 et maximum 6 périodes pertinentes

(p.ex. conceptualisation, pitch, design, programmation, production, finalisation...).

La dernière étape doit préciser le moment de la diffusion ainsi que la date d'introduction des pièces justificatives.

ÉTAPE	de	à	nombre de semaines
1 Identifier les besoins	01/10/2021	21/10/2021	3 semaines
2 Définir le cahier des charges (contexte, objectif, caractéristiques, ressources, fonctionnalités, graphisme,...)	22/10/2021	30/11/2021	4 semaines
3 Authoring et tests techniques app Playstore et PWA (iphone, android...)	15/12/2021	31/03/2022	10 semaines
4 Certification appli	01/04/2022	07/04/2022	1 semaine
5 Diffusion, communication, animations pédag. ECMS	08/04/2022	30/06/2022	10 semaines
6 Date d'introduction limite pièces justificatives	31/08/2022	31/08/2022	1 semaine

Il est possible de demander le paiement d'une première tranche (30%) en soumettant des éléments matériels permettant de prévisualiser le résultat décrit dans la proposition originale et de présenter les éléments comptables associés tels que: fiche de paie, les enregistrements de service, etc.

Si vous prévoyez de demander le paiement d'un premier versement, quand pensez-vous le faire?
15/12/2021

CONTENU NARRATIF/ INTERACTIF

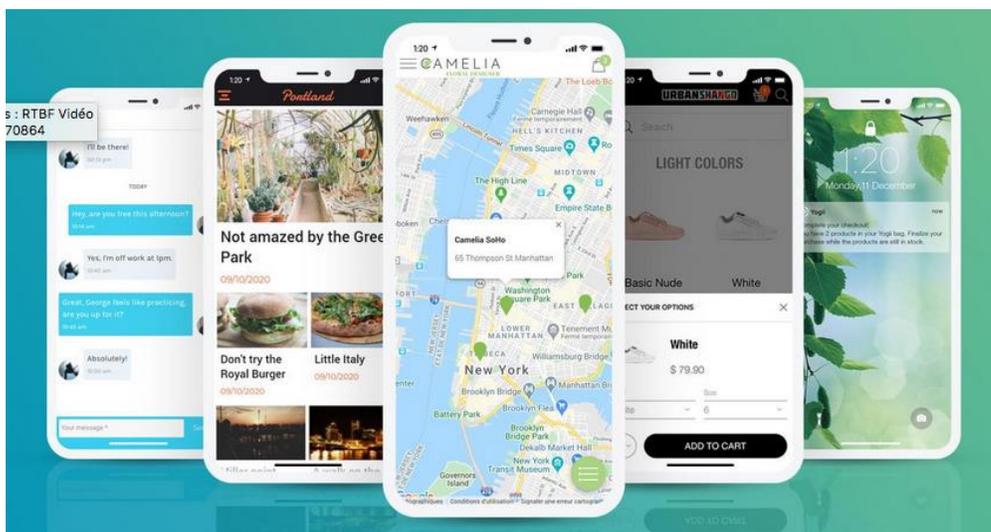
PITCH (10 lignes maximum) :

Comment construire la Terre du Futur (Terra Futura) à la lumière des 17 ODD revisités à travers des réalisations inspirantes de citoyens du Sud et du Nord.

Une appli (gratuite) pour smartphone dotée des fonctionnalités interactives de dernière génération donne la parole et attire l'attention des jeunes sur des initiatives inspirantes, accessibles à tous, prises en faveur des ODD, au Nord comme au Sud (et dans un dialogue N/S), par des citoyens, des écoles, des ONG, des entreprises... dans les domaines de l'éducation, l'agriculture, la santé, l'eau et la vie aquatique, les sciences et la technologie, les énergies, l'éducation, la paix, le climat... Certains d'entre eux ont sillonné la planète en quête de solutions expérimentées par des citoyens du monde, au Sud et au Nord, pour résoudre les questions environnementales, sociétales, humanitaires. Les ODD sont au cœur de ces solutions.

Raconter une autre histoire de l'humanité, raconter des histoires de **citoyens ordinaires du Sud et du Nord**, pour **frapper l'imaginaire, changer notre regard** afin que nous **adoptions une autre façon de vivre**.

Le projet met ici des citoyens ordinaires, en particulier des jeunes (étudiants, jeunes professionnels, artistes) dans un rôle de reporters, en capacité d'agir en faveur des ODD de manière personnelle, originale et créative. Le lien créé avec le spectateur belge par l'intervention de ces citoyens est ici primordial et lui permet de se sentir plus concerné par une histoire impliquant des personnes, des organisations qui font partie de son quotidien.



Rmq importante: la participation de jeunes (18-30 ans) dans le projet ne devrait pas occasionner la transmission de stéréotypes sur le Sud ! En effet, notre méthodologie de projet, éprouvée depuis 20 ans dans nos projets avec les jeunes, intègre consciemment et explicitement la démarche de (1) la prise de conscience, puis (2) la déconstruction des stéréotypes potentiels, notamment par le contact avec la réalité de terrain; cette démarche méthodologique se fait avec la même préoccupation et le même soin que la DGD lorsqu'elle organise depuis peu des séances de formation aux stéréotypes pour les candidats sélectionnés.

Exemples de nos dernières réalisations :

Briser le silence à Hebron : <https://vimeo.com/405163317>

Rappelle-toi le génocide des Tutsi ! : <https://www.dailymotion.com/video/x7zwyuk> avec mot de passe (rwanda)

INTERFACE/INTERACTIVITE (10 lignes maximum) :

L'appli proposée revêt deux formes numériques :

- **une appli native 'classique'** à télécharger sur le Play store (Android, 85% marché)
- **une appli de dernière génération de type PWA** - Progressive Web App – qui est un format hybride combinant les avantages d'une appli et d'un website. Avantages : la PWA ne pèse aucun poids (à peine quelques Ko au lieu de dizaines de Mo pour une app native) dans la mémoire du téléphone ; elle est compatible avec tous les appareils (iphone IOS, Android,...) ; elle est multi plate-formes ; et ne nécessite pas de passer par les stores (App store, Play store) à la différence de l'appli native; enfin, lorsqu'on alimente le contenu de l'app native, il est chargé automatiquement sur la PWA, et inversement.

Avec des **fonctionnalités interactives** spécifiques des applis : **add-on, création de communauté d'utilisateurs, notifications pushes, geofencing, chat, notepad, ibeacon, live vidéo, formulaire de contact**

Menus de l'appli avec du contenu exclusif et original produit par le soumissionnaire pour un usage exclusif sur l'application (**aucun référencement ni agrégation de contenu externe**):

- About us : présentation et mise en contexte
- Les 17 ODD illustrés de manière personnalisée par des réalisations créées par le soumissionnaire,
- Map mondiale interactive avec l'édition de capsules vidéos (5-6 minutes) pour illustrer des projets inspirants et exemplatifs mis en œuvre par des citoyens dans près de 20 pays du monde (N/S),
- Outils éducatifs et pédagogiques digitaux créés pour le projet (+dossier pédagogique à télécharger),
- Outil de publication interactif et participatif 'Publish yourself' pour les internautes
- ...

Voir la description détaillée des menus dans **CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES** - Description de l'interface technique.

THEMES

Genre du contenu : informatif et pédagogique

Thème principal : Comment construire la Terre du Futur avec l'éclairage des 17 ODD vus à travers des réalisations inspirantes de jeunes citoyens du Sud et du Nord

Thème(s) secondaire(s) : voir section spécifique 'thème' plus bas

Expliquer :

A notre mesure, nous souhaitons, par le contenu de cette appli, apporter aux jeunes utilisateurs des exemples positifs susceptibles de provoquer une prise de conscience et une envie de passer à l'action en tant que citoyen.e, seul.e ou en classe, en famille, avec la force de collectifs, de communautés.

MESSAGE

Quel message le projet véhicule-t-il?

Positif, inspirant, solidaire, porteur d'espoir

Ici encore, comme pour l'ensemble de nos projets en lien avec l'ECMS et les ODD depuis plusieurs années, nous voulons montrer au grand public et particulièrement aux jeunes générations qu'il existe des solutions pour résoudre la plupart des problèmes de société, environnementaux, migratoires, humanitaires... que nous rencontrons et qui risquent de s'exacerber dans le futur proche.

*" Le monde manque d'initiatives réjouissantes faciles à mettre en place et qui donnent des idées. Il faut commencer dans sa rue, dans son quartier, avec ses voisins, puis mobiliser les chefs d'entreprise, les élus locaux. Quand les gens commencent à faire quelque chose, ils ne s'arrêtent plus, ils continuent, échangent leurs idées, expérimentent, partagent."
Cyril Dion, réalisateur du film DEMAIN*

Les jeunes hériteront sans doute d'un grand nombre de situations problématiques que nous ne pourrions éviter, mais auront également la responsabilité et le pouvoir de les résoudre. Comme le démontre les manifestations pour le climat notamment, ce sont eux aussi qui contribuent à alerter l'opinion sans relâche et à maintenir la pression et les exigences sur le monde politique pour le motiver à agir.

Ce qui peut paraître démotivant, c'est quand il ne s'agit que d'initiatives isolées, mais elles ne demandent qu'à être réunies. Il y a déjà un monde qui existe, des solutions déjà disponibles et qui peuvent inspirer chacun. Ces solutions existent au Nord comme au Sud. Il n'est pas forcément nécessaire de tout quitter, de changer de vie, de vivre isolé dans une ferme en attendant l'autosuffisance... Toutes les initiatives présentées sont à la portée de tous, et peuvent être mises en place, déjà.

Mises bout à bout, les initiatives encouragées par les ODD dessinent déjà un monde possible. Les sujets choisis dans les menus de l'appli sont autant de coups de projecteur sur des expériences positives mises en place par des communautés et des citoyens du Sud qui prennent en mains la conduite de leur destinée. Ces projets donnent la parole et/ou sont réalisés en partenariat avec des personnes originaires de ces pays, mais mettent en avant les défis communs, l'humanité commune entre le nord et le sud (esprit d'interdépendance où tout un chacun peut être un citoyen-acteur du monde)

THÈME

Qu'est-ce qui est simulé dans le contenu? (Préciser notamment l'enjeu, les pays ou les catégories de population concernées):

Enjeu : donner aux personnes du Sud l'occasion de montrer aux jeunes utilisateurs de l'appli comment ils sont eux aussi engagés dans les mêmes préoccupations, font eux aussi des prises de conscience, déconstruisent des préjugés, se construisent un nouveau regard et dégagent la possibilité de devenir ensuite citoyen acteur du monde.

Pays ou catégories de populations: exemples (liste non exhaustive) en

Afrique : RDC, Burundi, Rwanda, Afrique du Sud, Madagascar, Sénégal, Bénin

Asie: Palestine, Vietnam, Cambodge, Népal, Arménie

Amérique du Sud : Colombie, Brésil, Pérou, Haïti

Europe : Belgique et pays UE

Dans chacun de ces pays qui ont été visités par nos équipes ces dernières années, des jeunes citoyens ont établi ce qu'ont peut appeler des « collaborations fructueuses » entre communautés du Sud et du Nord ; ils apportent des messages positifs de personnes / communautés du Sud qui s'engagent et se prennent en charge. Une mise en contexte historique, sociale, géopolitique est réalisée en introduction de chaque situation :

- Au Rwanda, un groupe de 10 jeunes enseignants (25-35 ans), des responsables de l'Éducation nationale rwandaise et des rescapés du génocide Tutsi envisagent ensemble des moyens et des outils nouveaux à mettre en place dans l'éducation, au Rwanda et en Belgique, pour lutter contre les mécanismes qui conduisent à discriminer et à stigmatiser l'autre. À leur retour en Belgique, les enseignants mettent en place des activités pédagogiques, fruits de leur expérience.
- Au Sénégal, aux portes du Sahara, une classe de rhétoriciens belges s'immerge pendant 15 jours avec 20 jeunes sénégalais dans une école de formation agricole locale pour découvrir et participer avec eux à des actions de lutte contre la désertification. Autour d'eux 450 agriculteurs dont des anciens élèves appliquent maintenant des méthodes d'agriculture durable. Une entreprise belge alimentaire développe des partenariats économiques avec quelques dizaines d'entre eux.
- Ateliers d'éducation à la citoyenneté mondiale, avec un accent sur l'égalité entre les sexes (ODD 5), avec des jeunes béninois et belges qui mettent en place des actions concrètes dans leurs écoles respectives, à Anderlecht et à Cotonou (Bénin).
- La migration vue par la lorgnette d'enfants de moins de 12 ans qui questionnent leurs familles issues de 42 pays différents, pendant trois mois, dans une école à Auderghem.
- Grâce à une pédagogie originale basée sur l'Art et les moyens artistiques, des ex-enfants soldats des FARC tentent de se réintégrer dans la vie normale, à l'école, dans un travail,

une famille et à vivre dans une société en paix à Medellin (Colombie).

- Deux artistes rencontrent des citoyens israéliens et palestiniens qui luttent pour le respect du droit et pour construire une société pacifique et inclusive à Hebron, une ville où se cristallise la tension du conflit israélo-palestien (Cisjordanie).
- A Madagascar, des enfants de la rue s'engagent dans une formation à un métier pour sortir de la pauvreté et sont accompagnés par une structure de mise en stage en entreprise, comme le ferait le FOREM en Belgique, mais via une structure citoyenne palliant le manque d'initiatives en la matière de l'Etat.
- En RDC et en Belgique, des agriculteurs locaux mettent en place des techniques innovantes qui promeuvent une agriculture paysanne et nourricière.
- A Ixelles, un professeur de géographie met en place des méthodes pédagogiques participatives et ludiques, interniveauux, pour sensibiliser ses élèves à une gestion durable des ressources mondiales.
- ...
- [VOIR CI-DESSOUS UNE PAGE PROTOTYPE DE CETTE SECTION DE L'APPLI DEVELOPEE EN MODE DEMO SUR 7 PREMIERS PAYS](#)

The image shows a prototype of an application interface. It is divided into two main sections. The left section features a world map titled "Développement durable" (Sustainable Development) with various icons and small images representing different regions: AMERIQUE DU NORD, AMERIQUE DU SUD, EUROPE, AFRIQUE, and ANTARCTIQUE. Below the map, the text reads "Des jeunes reporters sillonnent la planète" (Young reporters travel the planet) and "La série de reportages Terres en vue nous emmène sillonner la planète avec de..." (The series of reports 'Terres en vue' takes us to travel the planet with...). Below this, there is a small video thumbnail of a young girl and the text "La migration vue par les enfants à Auderghem" (Migration seen by children in Auderghem) and "Dans une école d'Auderghem, des..." (In a school in Auderghem, some...). The right section is a scrollable list of reportage topics, each with a small video thumbnail and a title: "Youth 4 change au Bénin" (Youth for Change in Benin), "Apprendre un métier à Madagascar" (Learning a profession in Madagascar), "Agriculture innovante au Congo" (Innovative agriculture in Congo), "Ex-enfant soldat en Colombie" (Former child soldier in Colombia), and "La paix, une utopie en Israël?" (Peace, a utopia in Israel?).

LIEN AVEC L'EDUCATION A LA CITOYENNETÉ MONDIALE ET IMPACT ATTENDU SUR LE PUBLIC CIBLE (cfr cahier des charges)

Expliquer :

Ce projet veut montrer des exemples inspirants, accessibles à tout citoyen, d'initiatives en faveur des ODD (présents dans les exemples cités au point précédent) en faisant intervenir des jeunes professionnels dans un rôle actif, utilisant les médias nouveaux et traditionnels; il vise ainsi à :

- favoriser la compréhension globale des enjeux du développement durable, l'acquisition d'un regard critique;
- en vue d'induire des changements de comportement vers des modes de vie, de production et de consommation plus durables;
- susciter l'exercice créatif et actif des droits et responsabilités de chacun, au niveau local, en faveur d'un monde plus durable, juste et solidaire.

Contribuer à former des citoyens responsables, capables de prises de positions éclairées sur le développement durable et conscients de leur capacité d'influencer le changement vers un monde plus juste, durable et solidaire.

* * *

Un exemple concret d'impact ECMS par l'usage de l'appli en classe :

Création d'un Kit à télécharger sur l'appli: 'POUR ALLER PLUS LOIN AVEC VOS ÉLÈVES'

Des menus et fonctionnalités de l'appli proposeront aux élèves de se renseigner sur les solutions locales déjà proposées par certains groupes ou certaines personnes dans leur ville, région, en Belgique. Il leur est proposé d'observer et d'étudier ces solutions en classe et, éventuellement, rendre visite aux sites qui sont prêts à les accueillir et à partager avec eux leur engagement.

ACTIONS INDIVIDUELLES ensuite proposées aux élèves:

Evoquer ces quelques solutions en classe afin de sensibiliser les élèves sur ces « petites » actions qui, cumulées, peuvent se révéler très efficaces. Des actions de tous les jours qui peuvent faire une différence.

Exemples (non exhaustifs) d'actions personnelles possibles:

- Manger bio et peu de viande. Pourquoi ? L'agriculture industrielle est responsable d'une majeure partie de la destruction écologique sur la planète, de la disparition de milliers d'espèces et de millions de paysans.
- Réduire, réutiliser, recycler, réparer, partager...
- Transformer son quartier, son village, sa ville, son école en potager...

GENRE

Réflexion sur la prise en compte de la dimension genre dans le traitement et la démarche artistique du projet:

Nous serons attentifs, dans le contenu de l'appli, à ne pas renforcer de stéréotypes par rapport à l'égalité entre hommes et femmes, selon laquelle tous les êtres humains sont libres de se développer et de faire leurs propres choix, sans qu'ils ne soient bridés par les stéréotypes, la division rigide des rôles et les préjugés. Nous montrerons que l'égalité de genre doit permettre aux

femmes et aux hommes de jouir, à part égale, des droits de la personne, des biens, des possibilités, des ressources et des avantages qui découlent du développement.

A titre d'exemple:

Dans le traitement de certains ODD, nous prendrons en compte le renforcement du pouvoir des femmes et des jeunes filles (empowerment) en étant attentif, dans le contenu textuel de l'appli et les vidéos montées, aux facteurs permettant le développement de l'estime de soi, de la conviction que l'on est capable d'obtenir les changements que l'on souhaite et que l'on a le droit de contrôler sa propre vie, la capacité de faire des choix et de les négocier.

Plus qu'à un nombre égal de femmes et d'hommes dans les projets mis en exergue, nous serons attentifs à la capacité des individus des deux sexes à participer en tant que citoyens égaux. L'égalité de genre ne signifie en effet pas que les hommes et les femmes doivent devenir identiques, mais que leurs droits, leurs responsabilités et leurs chances ne dépendent pas du fait d'être né de l'un ou l'autre sexe.

Comme nous l'avons souligné dans nos précédents dossiers, nous aimons cependant faire la distinction entre les notions d'équité des genres, qui est un moyen, et d'égalité des genres, qui est une fin. L'équité de genre sous-entendant qu'un traitement impartial soit accordé aux hommes et aux femmes en fonction de leurs besoins respectifs. Ce traitement peut être identique ou différent, mais il doit être équivalent en termes de droits, d'avantages, d'obligations et de possibilités.

ETHIQUE

Réflexion sur la prise en compte de la dimension diversité et de la représentation des personnes du Sud dans le traitement et la démarche artistique du projet:

Nous avons participé à deux réunions organisées par la DGD, en présentiel 2019 et en virtuel en 2021, visant à attirer l'attention et à former les porteurs de projets sur les questions d'éthiques et des stéréotypes.

Les contenus variés de notre appli veilleront à donner la parole en priorité à des personnes originaires du Sud associées à la thématique abordée.

La place donnée à ces personnes témoigne de notre volonté de donner la voix aux personnes du Sud sur des situations qui les concernent, et de faire bénéficier les utilisateurs de l'appli de leur expertise à travers leur analyse du contexte historique, social et géopolitique ainsi que les enjeux locaux et globaux de développement durable.

Nous aurons pour objectif de montrer comment les communautés locales se prennent en charge et agissent dans le Sud, mais aussi comment, chez nous, des actions sont mises en oeuvre pour ouvrir l'esprit des citoyens - particulièrement des jeunes - à la notion d'interdépendance dans un monde où chacun peut devenir citoyen et acteur.

PUBLIC et DIFFUSION (IMPACT)

PUBLIC VISÉ

Quel est le type de public cible?

- 1) Public jeune 16 – 25 ans via notre réseau partenaire depuis 2010 des Jeunesses scientifique de Belgique touchant 140.000 jeunes dans une centaine d'écoles secondaires en Belgique.
- 2) Les enseignants de la FWB par les 6 centres de documentation provinciaux Annoncer la Couleur

Pour le bonus optionnel

Est-ce que les enfants (6-12) sont un public cible prioritaire ? - ~~OUI~~ / NON (Si oui, expliquer) :

Une de nos équipes (voir plus loin : *Expérience du concepteur du contenu*) avait été engagée, en 2017, dans diverses actions DGD avec des enfants de primaire (6-12) autour du sujet de la migration expliquée au moins de 12 ans. Depuis lors, notre public a surtout fait partie de la tranche d'âge au-dessus (12-18 et au-delà), quelques contacts étant encore entretenus chez les plus jeunes, mais pas suffisamment pour pouvoir les définir ici comme notre public prioritaire.

STRATEGIE DE DIFFUSION

Attention il est important de détailler une stratégie de diffusion qui soit fiable et consistante pour que le projet soit recevable !

Particularité: nous bénéficions d'un '[canal de diffusion préexistant](#)' qui nous est mis à disposition par l'asbl Mediel qui avait été la première à recevoir un soutien DGD, fin 2017, pour la mise en place d'une appli pour son projet éducatif MIGRATIO avec les enfants. La base du travail effectué à l'époque permet aujourd'hui de ne pas partir de zéro avec une appli, mais de repartir de cette structure en lui donnant une véritable envergure en bénéficiant d'un public connecté et d'une fréquentation constituée d'une base appréciable de 28.000 pages vues, 12.600 lancements, 6.000 lancements uniques et 1550 téléchargements depuis le 01/01/2018.

Remarque: *si une appli est indiscutablement un outil performant en soi, la difficulté essentielle de celle-ci est d'arriver sur les téléphones des utilisateurs. C'est là le Rubicon. Cela nécessite une campagne extrêmement soutenue, sur tous les médias, et donc coûteuse. Notre stratégie est plutôt de partir de cette base qui avait été développée par Mediel avec le soutien de la DGD pour lui donner aujourd'hui une envergure et une visibilité à la hauteur de l'important matériel pédagogique ECMS que nos équipes ont engrangé ces dernières années dans nos projets ECMS et que nous valoriserons ici pour la première fois de cette manière pour le public des jeunes.*

Nous utiliserons les canaux connus comme étant parmi les plus efficaces pour la promotion de l'appli : le référencement naturel appliqué à la page de téléchargement, les réseaux sociaux, articles dans notre blog et communication auprès des blogueurs, presse, campagnes Google Adwords, emailing, vidéos...

Méthode: testez constamment ces différents canaux à petite échelle, constatez quels sont les canaux qui fonctionnent le mieux, puis consacrez plus de temps et de budget à ce canal.

- 1) Attirer du trafic sur la page de téléchargement : principal levier = référencement de l'appli dans Play store, positionner sur les mots-clés avec le plus de potentiel

- 2) Appui sur les blogueurs disposant d'une audience qualifiée
- 3) Création d'un blog sur un de nos sites Internet pour présenter l'appli: utilisation des articles de notre blog pour pointer vers nos pages de téléchargement afin d'enrichir les mots-clés sur lesquels l'appli est positionnée
- 4) Contacter nos contacts presse en tant qu'expert dans notre domaine (ODD, jeunesse, éducation, médias) pouvant les aider à faire un bon papier ou un documentaire de qualité (cf annexe de nos contacts presse)
- 5) Utilisation des mécaniques de viralité : racontez une histoire, faire vibrer les gens avec ce qu'elle véhicule comme émotions
- 6) Diffusion de l'appli par emails
- 7) Promouvoir via les réseaux sociaux d'autant plus qu'ils ont utilisés majoritairement sur mobile
- 8) Promotion sur internet via Google Adwords: combinée à une annonce texte « optimisée pour mobile » pour une diffusion en priorité sur smartphones et tablettes; campagnes de Réseau Display
- 9) Les annonces illustrées pour la promotion d'une application : bannières classiques diffusées dans une application mobile
- 10) ...

PLATEFORME(S)

Préciser la ou les plateformes sur lesquelles le contenu sera utilisable :

Appli PWA utilisable par les appareils Iphone, android, sur tablette, PC, Mac, Linux et autres.

Appli native utilisable par les appareils Android (Play store) couvrant 86% du marché des mobiles (*chiffres de début 2021 en Belgique*).

"The market share of mobile operating systems in Belgium from Jan 2020 - Jan 2021. Android has 86.24%, IOS has 13% and Linux has 0.74%" (données collectées par Kantar World Panel)

Le développement d'une appli pour le Play store (Android) ET pour l'App store (IOS) nécessiterait deux travail de programmations différents (car deux langages informatiques différents) et démultiplie inutilement les coûts de production pour un faible gain (13% parts de marché pour IOS contre 86% pour Android).

La solution technique que nous apportons est celle choisie depuis ces dernières années par de plus en plus de développeurs, c'est-à-dire le développement d'appli PWA, un format hybride compatible avec IOS et Android ainsi que tous les autres types d'appareils; une PWA n'occupe pas de place dans la mémoire des smartphones des jeunes (déjà souvent saturés par des photos) et allie une présence sur le smartphone et sur l'internet (browser).

Canaux de diffusion du contenu/projet (plateformes numérique, etc.)

Réponse déjà apportée en détail dans le point précédent : STRATEGIE DE DIFFUSION du projet:
TOUS les appareils Iphone, Android, tablette, PC, Mac, Linux ; Play store.

Indice d'audience / estimation (décrire le mode de calcul utilisé) :

Volume de trafic : 20.000 pages vues sur l'année

Volume de téléchargement (PWA + native): 5.000 lancements/téléchargements

Mode de calcul : outil propre de l'appli, type Google Analytics

Indicateurs :

- Trafic global sur l'appli
- Sites Web d'origine du trafic
- Trafic sur chaque page
- Sites Web d'origine de notre public
- Informations démographiques sur les visiteurs
- Type d'appareil utilisé par les visiteurs (mobile ou ordinateur de bureau)

Pour évaluer le succès de notre appli, nous aurons également un regard sur notre note moyenne sur le store et sur le taux d'installation active. Nous pourrions ainsi connaître le taux de rétention, le nombre de personnes qui installent l'application puis qui ne la désinstalle pas.

Estimation réaliste : la plupart des applications mobiles gratuites ont un taux plus élevé d'installation active pendant le premier mois, généralement autour de 50%, après il se stabilise autour de 30%. La note moyenne est de 3/5.

Stratégie de communication visant à annoncer le projet au public :

Voir déjà au point précédent, STRATEGIE DE DIFFUSION avec les points d'attention :

- Faire un lancement restreint sur un nombre d'utilisateurs limité avant de la déployer sur un domaine plus vaste, visant à effectuer un test « grandeur nature » et de s'assurer que tout fonctionne bien tout en limitant les risques.
- Placer des liens pour télécharger l'appli sur notre blog, la page d'accueil de notre site Web, dans nos e-mails marketing et sur nos comptes sur les réseaux sociaux.

- Réseaux sociaux : utiliser nos comptes sur les réseaux sociaux pour mettre en lumière l'application alors qu'elle est encore en développement, solliciter des commentaires et des idées de la part des futurs utilisateurs.
- Lancer une page dédiée sur notre site web avec un lien pointant vers l'appli.
- Rédaction d'articles dans notre blog : créer du contenu pour expliquer clairement comment utiliser l'application mobile.
- Communication auprès des blogueurs : par une vidéo courte de démo pour afficher la valeur de notre application.
- Articles de presse : pitcher l'appli chez des journalistes spécialisés en technologie, téléphonie mobile et des blogueurs.
- Campagnes d'emailing envers notre réseau professionnel en leur demandant de partager le contenu à propos de la sortie imminente de l'appli.
- Compléter avec une publicité payante sur Facebook...

QUALITE VISUELLE ET FORMELLE

CARACTÉRISTIQUES TECHNIQUES

Description de l'interface technique :

Menus de l'appli native et PWA :

(liste non exhaustive à finaliser dans la démarche d'analyse des besoins de l'appli)

- About us : présentation du projet et des stakeholders
- 17 ODD : chaque ODD est vulgarisé de manière simple, accessible et illustré par un reportage fait par des jeunes citoyens en Belgique ou dans le monde
- Map mondiale interactive avec 20 capsules vidéos (5 à 6 minutes) montées pour illustrer des projets inspirants et exemplatifs mis en œuvre par des citoyens de nouvelles manières de vivre, produire, consommer, dans près de 20 pays du monde (N/S), à partir des rushes filmés par le soumissionnaire ces dernières années aux quatre coins du monde
- Liens vers des projets similaires
- Outils : éducatifs et pédagogiques (+ dossier pédag., kit pour les enseignants avec leurs élèves) créés en collaboration avec nos partenaires de terrain (ONG, institutions publiques et privées, mouvements de jeunesse, monde associatif, kot-à-projet...)
- Tool 'Publish yourself' permettant aux utilisateurs de soumettre du contenu (article, photo, vidéo) à leur tour et participer à ce vaste mouvement créateur et inspirant
- ...

Intégration des Fonctionnalités, add-ons interactifs comme :

Créer une communauté d'utilisateurs

Carte, Map

Agenda, calendrier d'événements

Live audio/vidéo

Formulaire de contact

Authentication utilisateur

Chat

Beacons & Geofences

Notifications 'push' des nouvelles publications à l'attention du public utilisateur

...

INTENTION ESTHETIQUES DES CONCEPTEURS

Expliquer :

Nous garderons un œil sur les dernières tendances en design d'application mobile. Nous nous référons ainsi aux designers spécialisés qui tracent les tendances au point suivant (les intentions graphique et esthétiques)...

Décrivez les intentions graphique et esthétiques :

Nous serons attentifs à suivre les dernières tendances en design d'application mobile, y compris celles à venir en 2021, à savoir, notamment :

1. Le néomorphisme: redonner un peu de « dimension » aux icônes et aux boutons réalisés en flat design, tout en conservant une grande simplicité.
2. Les visuels agréables à regarder: afin de lutter contre la fatigue "Zoom" surtout depuis la crise du Covid-19, choisir des couleurs apaisantes et des graphiques agréables à regarder, des mises en page simples, permettant aux utilisateurs de regarder l'écran plus longtemps sans que ce soit inconfortable.
3. Les glissements d'écran interactifs: si cliquer reste quelque chose de simple et rapide, faire glisser est beaucoup plus amusant.
4. Créer de la profondeur visuelle: jouer sur les ombres et les effets de superpositions.
5. L'inspiration analogique: intégrer des éléments de design rappelant le monde analogique: textures de papier et de carton, mises en page inspirées du collage, arrière-plans légèrement jaunis, typographies rétro, etc.
6. Styles plus abstraits et artistiques: attirer l'attention avec des couleurs vives et des formes abstraites simples.

EXPÉRIENCE

Expérience du concepteur du contenu :

La maison de production Louvranges Broadcast vient d'être sélectionnée comme ambassadeur des « **Sustainable Development Goals VOICES 2021** » par l'Institut du Développement durable (SPF Chancellerie du Premier Ministre) consacrant le fait que, depuis sa création, Louvranges Broadcast organise des expositions, salons, débats, animations et promeut par des films, reportages et supports digitaux, des actions qui contribuent à la réalisation des ODD en associant les jeunes dans un rôle actif de citoyen-reporters, mais aussi des entreprises, des ONG, des écoles, des mouvements de jeunesse et le grand public.

Quant au concepteur du projet, André Bossuroy, il a coordonné six actions d'éducation à la citoyenneté mondiale solidaire envers un public jeune (10-20 ans) avec le soutien de la **DGD et de son programme d'éducation au développement** (aujourd'hui disparu) :

2014 : Une économie de cœur au cœur de l'économie

2015 : Le défi de la faim

2016 : Le développement, ça marche quand tout le monde participe

2017 (1) : Les Migrants sont aussi des parents et des enfants

2017 (2) : Migratio, une appli dans les mains des -12 ans

2018 : Women first ! la protection des droits sexuels et reproductifs des femmes

Dans ce cadre, une appli prototype soutenue par la DGD fin 2017 (Migratio) avait généré 27.000 pages vues et 12.000ancements depuis sa création. Nous nous appuyerons sur ce potentiel d'utilisateurs pour promouvoir le nouveau contenu de l'appli qui ne part donc pas de « zéro ». Nous disposons dès lors d'une application notable qui nous apporte des utilisateurs actifs.

Grâce au soutien sollicité auprès de la DGD en 2021, nous mettrons en place une stratégie de diffusion visant à atteindre un nouveau stade en terme d'impact, utilisation et visibilité.

Avez-vous déjà réalisé des projets dans le passé concernant la problématique du développement, des relations Nord/Sud et de la coopération au développement ? Spécifier:

En 2013, 2015, 2018, 2020, Louvranges Broadcast a mené 4 série de programmes télévisés cofinancés par la DGD-SPF Ministère de la Coopération au développement, totalisant 25 émissions télévisées de 30 minutes diffusées sur la Une RTBF et sur VRT/Canvas. Ces programmes qui avaient pour thème les objectifs de développement durable (auparavant objectifs du millénaire) intégrait notre concept de jeunes citoyen-reporters menant l'enquête sur le terrain, à la recherche d'initiatives inspirantes pour le public belge.

Act React Impact (2020) une série de **4 émissions télévisées** RTBF dans le cadre du programme audiovisuel de la **DGD-Coopération belge au développement**.

Terres en vue (2018) d'une série de **7 émissions télévisées** RTBF dans le cadre du programme audiovisuel de la **DGD-Coopération belge au développement**.

Pays visités : Palestine, Colombie, RDC, Belgique, Sénégal, Bénin, Madagascar

Solidarité Nord/Sud : OMD J-500 (2015) une série de **4 émissions télévisées** RTBF et VRT dans le cadre du programme audiovisuel de la **DGD**

Pays visités : Palestine, Vietnam, Cambodge, Arménie, Népal, RDC

Solidarité Nord/Sud : secourir et puis construire (2012-2013) une série de **4 émissions télévisées** RTBF et VRT dans le cadre du programme audiovisuel de la **DGD**

Pays visités : RDC, Burundi, Rwanda, Pérou, Vietnam

Avec la Commission européenne - DG Recherche : **Les énergies du futur: l'environnement, prise de conscience et source d'emplois** (<https://cordis.europa.eu/project/id/44731>) une série de 10 capsules diffusées sur TV5Monde (3è chaîne mondiale en terme d'audience potentielle avec 500 Moi téléspectateurs) mettant en exergue les énergies du futur (ODD 7 Energie propre et d'un coût abordable).

Avec la Commission européenne – Europe Aid : **C'est notre argent. C'est leur destin** (2011) d'une série d'un film **documentaire 52 min** RTBF et VRT et chaînes européennes.

ACCOMPAGNEMENT PEDAGOGIQUE

DESCRIPTION DU DOSSIER PEDAGOGIQUE

Obligatoire pour les categ 1,2, 5, 6 et 7 Expliquer :

La réalisation d'un dossier pédagogique comprendra:

- un **article de mise en contexte** (3000 caractères),
- des **pistes pédagogiques** pour les enseignants,
- une **liste d'outils et d'adresses utiles**,
- des **fiches animation** avec des propositions d'activités: des jeux et mises en situation, temps de débat, de prise de parole, d'analyse, de questionnement, de restitution, recherche, travail de groupe, réalisation artistique, expérimentation, mise en action, coopération et d'échange.

Le **dossier pédagogique** sera disponible au téléchargement **gratuitement en format PDF** sur l'appli mobile. Il comprendra une explication du contexte, des fiches sur les thématiques, des liens vers des ressources exploitables et des pistes concrète d'exploitation dans un groupe.

Budget prévu pour le dossier pédagogique (**obligatoire**) : 6000 euros

ACCOMPAGNEMENT PEDAGOGIQUE COMPLEMENTAIRE/Autres outils d'approfondissement Bonus optionnel

Voir cahier des charges (ex. : site web interactif, séquences pédagogiques mobilisant le logiciel, , collaboration avec ong...). Ceci est un critère (bonus) d'évaluation , il est important de donner toutes les informations possibles afin que le jury puisse le prendre en compte.

Expliquer : **cf. Madame Spronck qui a suivi les projets passés de notre équipe en cette matière ainsi que Mr Rudy Lagnaux**

Un **atelier éducatif** (Science worlds) sera organisé par notre équipe lors de l'Exposciences nationale des Jeunesses scientifiques de Belgique qui se tiendra au Heysel en octobre 2021 (ou 2022 selon la situation sanitaire) dans le cadre du festival I love Science de la région de BXL Capitale (3 jours), ainsi qu'à Liège en avril 2022 à la Maison de la Métallurgie (2 jours); **l'appli y sera mobilisée** comme outil de travail et de sensibilisation pour les 500 jeunes attendus dans les activités, jeux de sensibilisation autour des thèmes abordés.

Pendant les 6 mois qui précèdent l'Exposcience, l'appli sera utilisée également par notre équipe comme source de documentation et de préparation dans une dizaine d'écoles où des élèves (4^e - 5^e secondaire) préparent un projet scientifique pour l'Exposcience; elle sera alimentée ensuite par les productions des élèves participants à l'Expo-science sur des thèmes où sciences et ODD se rejoignent (outil Publish yourself).

Le public habituel de ces rencontres est issu des écoles de Flandre, Wallonie et Bruxelles (estimation : 1200 participants sur 3 jours).

D'autre part, la construction des outils pédagogiques hébergés par l'appli demandera une **adaptation digitale qui sera discutée, concue et réalisée en collaboration avec les équipes pédagogiques des ONG**, associations et institutions nous documentant et nous fournissant le matériel pédagogique.

Enfin, l'appli elle-même intégrera un **outil interactif de Self publishing** ajoutant la possibilité pour les utilisateurs de proposer du contenu à la publication.

Budget prévu pour cet accompagnement complémentaire : **6000 euros**

DISPONIBILITE (CROSS-PLATEFORME)

Fournissez la liste des environnements numériques ou des plateformes où le média sera consultable ou utilisable (OS, navigateur web,...) :

Appli PWA consultable par les appareils Iphone, android, sur tablette, PC, Mac, Linux et TOUS les navigateurs web.

Appli native consultable par les appareils Android (Play store) couvrant 86% du marché des mobiles (chiffres de début 2021 en Belgique).

"The market share of mobile operating systems in Belgium from Jan 2020 - Jan 2021. Android has 86.24%, IOS has 13% and Linux has 0.74%" (données collectées par Kantar World Panel)

Le développement d'une appli pour le Play store (Android) ET pour l'App store (IOS) nécessiterait deux travail de programmations différents (car deux langages informatiques différents) et démultiplie inutilement les coûts de production pour un faible gain (13% parts de marché pour IOS contre 86% pour Android).

La solution technique que nous apportons est celle choisie depuis ces dernières années par de plus en plus de développeurs, pour une meilleure efficacité, c'est-à-dire le développement d'appli PWA, un format hybride compatible avec IOS et Android ainsi que tous les autres types d'appareils; une PWA n'occupe pas de place dans la mémoire des smartphones des jeunes (déjà souvent saturés par des photos) et allie une présence sur le smartphone et sur l'internet (browser).

Si vous envisagez une disponibilité Cross-plateforme (bonus) , quel est le budget prévu ?

6000 euros

EFFICIENCE

Budget total du projet <i>hors TVA</i>	61.000 EUR
Financement total demande a la DGD <i>montant de base + bonus, hors TVA</i>	30.000 EUR
Montant de base (hors TVA) <i>Attention : voir le cahier des charges afin de connaître les fourchettes possibles selon chaque catégorie</i>	20.000 EUR
Montant des bonus (hors TVA) <i>Attention : voir le cahier des charges afin de connaître les bonus possibles selon chaque catégorie</i> <i>Attention : si un bonus est sollicité , le budget doit inclure les dépenses liées à ce poste</i>	10.000 EUR
Indiquez le/les bonus vous souhaitez demander :	
<i>destiné au public prioritaire (enfant de 6 à 12 ans) :</i>	+10.000 EUR
<i>traduction dans l'autre langue nationale y compris traduction du dossier pédagogique dans cette langue :</i>	+5.000 EUR
<i>stratégie et élaboration d'accompagnement pédagogique complémentaire/Autre outil d'approfondissement :</i>	+5.000 EUR
<i>disponibilité cross-plateforme(attention non cumulable avec le bonus du public prioritaire)</i>	+5.000 EUR

DEROGATION 6% TVA : OUI/NON
Si oui, expliquez :

RECAPITULATIF DES DOCUMENTS OBLIGATOIRES A FOURNIR

1. Une lettre d'accompagnement avec signature
2. La fiche administrative complétée (voir annexe 1)
3. La fiche technique complétée (voir annexe 2-3-4-5-6-7-8 selon la catégorie)
4. Une description détaillée du projet (scénario, concept, nombre d'émissions (pour un programme de télévision, ...))
5. Une note d'intention signée
6. Toutes les données financières concernant le projet introduit : budget global (budget de pré et post production), plan de financement,...L'élaboration d'un dossier pédagogique est obligatoire pour les catégories 1, 2, 5, 6 et 7 et doit apparaître dans le budget.
7. Au moins une garantie de diffusion substantielle pour les catégories 1, 2 et 5 **ou** un plan de diffusion précis dans le cas d'un projet numérique (catégories 6 et 7).
8. Une copie des derniers statuts de l'organisation tels que publiés au Moniteur belge, de même que la liste des membres du Conseil d'administration et le bilan comptable de l'exercice précédent (pas nécessairement en version papier)
9. Une 'déclaration sur l'honneur' précisant qu'aucun membre du Conseil d'administration n'est membre du SPF Affaires étrangères, Commerce extérieur et Coopération au développement ou des cellules stratégiques
10. La liste des œuvres et le CV du producteur et du réalisateur ou concepteur
11. Une lettre de la banque certifiant l'identité du détenteur du compte bancaire sur lequel le financement sera versé.

12. Des productions antérieures sur DVD ou lien Internet, par exemple vidéo (facultatif pour les catégories 1, 2, 3, 4 et 5).

Les documents et annexes y relatives doivent parvenir, compte tenu de la date limite en version électronique par une des plateformes officielles pour marchés public :

<https://www.publicprocurement.be>

ou au niveau européen : <https://ted.europa.eu/TED/browse/browseByMap.do>

Outre la soumission électronique obligatoire sur une de ces plateformes, les producteurs-soumissionnaires peuvent également soumettre une version papier et une version électronique, par courrier ou par courrier électronique (voir partie 2. H, contacts du Cahier des Charges). Mais attention, nous ne pouvons rien recevoir sur des plateformes telles que "WeTransfer".