

AFROBAROMETER ROUND 11

Offre de partenariat pour la
réalisation de l'enquête



SOMMAIRE

OFFRE DE PARTENARIAT POUR LA RÉALISATION DE L'ENQUÊTE AFROBAROMETER – ROUND 11

I. Présentation de l'Organisme
Candidat

II. Description du Personnel

III. Expérience en Enquêtes de Sondage

IV. Méthodologie de Mise en Œuvre

V. Budget Estimatif

Contexte

Afrobarometer mène une série comparative d'enquêtes d'opinion publiques dans approximativement 40 pays dans chaque "Round" biennal. Les enquêtes au titre du Round 11 se mèneront entre 2026 et 2027. Sur la base d'échantillons représentatifs nationaux, les enquêtes mesurent les attitudes des citoyens par rapport à la démocratie et la gouvernance, aux marchés et à la société civile, et à une variété de thématiques connexes. Les enquêtes sont répétées à intervalles réguliers de façon à pouvoir faire des comparaisons dans le temps et l'espace. Afrobarometer se consacre à trois objectifs majeurs :

- produire des données scientifiquement fiables sur l'opinion publique en Afrique
- renforcer la capacité institutionnelle dans la recherche par sondage en Afrique
- vulgariser et appliquer les résultats d'enquête

Afrobarometer est mis en œuvre par le Réseau Afrobarometer, un consortium d'organismes indépendants de recherche par sondage basés principalement en Afrique, dont des :

- Partenaires principaux
- Partenaires nationaux de chaque pays participant
- Unités de soutien

Les résultats des enquêtes d'Afrobarometer sont directement intégrés au processus d'élaboration des politiques afin d'informer les débats publics relatifs à la démocratie, la gouvernance, et d'autres questions de politique et de développement.

L'objectif de cet appel d'offres est de permettre à Afrobarometer trouver un Partenaire National au Cameroun pour réaliser l'enquête du Round 11 avec un échantillon de taille $n = 1200$ dans les pays en 2026.

Présentation de l'Organisme Candidat

Media Intelligence Sarl est un **cabinet de conseil spécialisé** en études de marché, enquêtes et sondages d'opinion, veille concurrentielle et veille média. Nous concevons des supports d'aide à la prise de décision dans le but d'aider les dirigeants à prendre plus aisément des décisions et atteindre leurs objectifs sereinement.

A ce jour, nous avons plus de 16 ans d'existence au Cameroun et sur le marché Africain,

- ✓ Plus de 300 projets menés à bien dans divers domaines, projets d'études d'audience et de veille médiatique, et de nombreuses études de marché dans le secteur de la Banque, de transfert d'argent et le Mobile money,
- ✓ Présent au Cameroun, nous couvrons également 5 autres pays à savoir : Tchad, Gabon, RDC, Congo Brazzaville, RCA.

Notre organisme dispose d'une expertise avérée en réalisation d'enquêtes d'opinion publique selon les standards méthodologiques internationaux. Mais également une base de données d'enquêteurs sur le territoire qui nous permet de mener des enquêtes à grande échelle, notamment sur des échantillons représentatifs nationaux, et collaboré avec diverses institutions internationales et nationales.

**C'est donc Fort de cette expertise que nous candidatoms
pour un partenariat MEDIA INTELLIGENCE SARL et
AFROBAROMETER pour la réalisation de ce ROUND 11**

MEDIA INTELLIGENCE

B VISION • MISSIONS • VALEURS

VISION

Renforcer les économies des pays d'Afrique par l'amélioration de la compétitivité des entreprises qui sont ses clients, afin de devenir une institution incontournable en ce qui concerne l'intelligence économique en Afrique.

MISSIONS

Répertorier, analyser et comprendre les changements dans les secteurs d'activités principaux de l'Afrique et ainsi aider nos clients à avoir une parfaite compréhension de leur environnement professionnel qui devient de plus en plus compétitif.

VALEURS

Pour réaliser notre mission, nous nous appuyons sur les valeurs suivantes :



INTÉGRITÉ
Agir avec éthique et honnêteté.



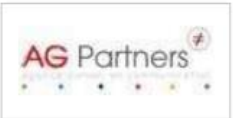
ORIENTATION CLIENT
Partenariat gagnant / gagnant.



CONFIDENTIALITÉ
Les informations des partenaires ont un caractère strictement confidentiel.

MEDIA INTELLIGENCE

E RÉFÉRENCES • ILS NOUS ONT FAIT CONFIANCE !



Description du Personnel

Notre équipe est composée d'experts reconnus dans le domaine des études d'opinion, avec des compétences spécifiques en échantillonnage, gestion des données et contrôle qualité.

- **Chercheur principal (Responsable projet) :** TAME DJOKAM Thierry | tadjoth@yahoo.fr
- **Responsable de la divulgation des résultats :** TANE Rostant | rostantane@mediaintelligence.fr
- **Assistant projet :** MPOSSOUA Franck Emmanuel | franck.mpossoua@gmail.com



TANE Rostant

Lead Consultant MI
+17ans d'expérience
dans les médias et
l'intelligence
économique en Afrique



rostantane@mediaintelligence.fr



**TAME DJOKAM
Thierry**

Consultant MI
+ 16 ans experience
Suivi-évaluation des
projets – enquêtes terrain



tadjoth@yahoo.fr



**MPOSSOUA Franck
Emmanuel**

**Statistician/Data analyst
MI**
+ 2 ans experience
Manipulation de la
donnée - échantillonnage



franck.mpossoua@gmail.com

Les CV des cadres supérieurs sont joints à cette offre.

Expérience en Enquêtes de Sondage

Notre organisme et nos chercheurs principaux disposent d'une expérience significative en matière d'enquêtes représentatives au niveau national. Nous avons réalisé des études sur diverses thématiques, couvrant différentes populations cibles et utilisant des méthodologies rigoureuses.

Parmi les projets d'envergure nationale mené, le cabinet **Média intelligence SARL** dispose d'une **Etude d'audience**, effectuée chaque année auprès de la population camerounaise. L'objectif de cette étude est de recueillir les habitudes et préférence de la population en termes de consommation médiatique sur les supports TV, Radio, Presse, Média sociaux et affichage. Cette étude compte à ce jour plus de 03 éditions appuyées par le soutien du secteur privé, notamment par les entreprises qui en font la demande. Les bon de commande émis par des entreprises privés pour la dites étude peuvent être fournis si besoin.

Etudes	Caractéristiques	Commanditaire
Etude d'audience 2022	Taille de l'échantillon: 1598 Média: TV, Radio, Affichage, Presse 19 villes dans les 10 régions urbaines 15 et rurales 4	Brasserie du Cameroun Orange Cameroun 1Xbet CMCA
Etude d'audience 2023	Taille de l'échantillon: 1457 Média: TV, Radio, Affichage, Presse, médias sociaux 20 villes dans les 10 régions urbaines 15 et rurales 5	Tiger Brand Spectrum
Etude d'audience 2024	Taille de l'échantillon: 1904 Média: TV, Radio, Affichage, Presse, médias sociaux 25 villes dans les 10 régions urbaines 16 et rurales 9	Brasserie du Cameroun

IV. Méthodologie de Mise en Œuvre

1. Recrutement du personnel :

Nous Sélectionnons des enquêteurs, superviseurs et experts techniques selon les critères de compétence et d'expérience définis. Chaque candidat est soumis à une évaluation approfondie incluant des tests pratiques et des entretiens individuels afin d'assurer un haut niveau de qualification et d'engagement. Une attention particulière est accordée à la diversité régionale et linguistique pour garantir une représentativité optimale des enquêteurs sur l'ensemble du territoire national.

Pour chaque projet nous définissons une équipe constituée du :

Responsable projet, l'assistant projet, le responsable terrain et le responsable du suivie, les superviseurs et les agents de terrain.

Responsable projet :

C'est la personne en charge de l'étude, avec l'assistant projet il définissent les objectifs et définissent la méthodologie de l'étude, mettent sur pied l'échantillonnage valides les versions finales des outils de collecte.



Assistant projet :

Dépendent directement du responsable projet et est chargés de superviser les activités de collecte des données dans l'ensemble. Il est chargé de rendre compte de l'avancement de la collecte au responsable projet, de tenir les registres de présence des équipes et d'élaborer des plans hebdomadaires pour la collecte des données. Ils dirigent aussi les sessions de débriefing avec l'ensemble de l'équipe.

Responsable terrain

Coordonne les activités sur terrain pour un déroulement conforme au plan établi par le responsable projet et l'assistant de projet. Il veille à la présence effective de chaque agent et superviseurs dans la zone qui lui est assigné.



Responsable du suivie :



Est responsable de la coordination de l'équipe de contrôle de la qualité de l'enquête ou de la mise en œuvre de l'intervention. Ils effectuent des contrôles réguliers de la qualité des données notamment le suivie des algorithmes de contrôle de hautes fréquences. Il est responsable du déploiement des agent qualité pour des contrôles inopinés sur le terrain ou des Back check.

Il transmet ensuite les conclusions à l'assistant de projet pour que celui-ci prenne les mesures qui s'imposent (en général une formation de remise à niveau pour les enquêteurs).

Superviseurs

Sont chargés de superviser une unité composée de 2 à 4 enquêteurs, de répartir les répondants entre les enquêteurs et de suivre la progression de la collecte des données.

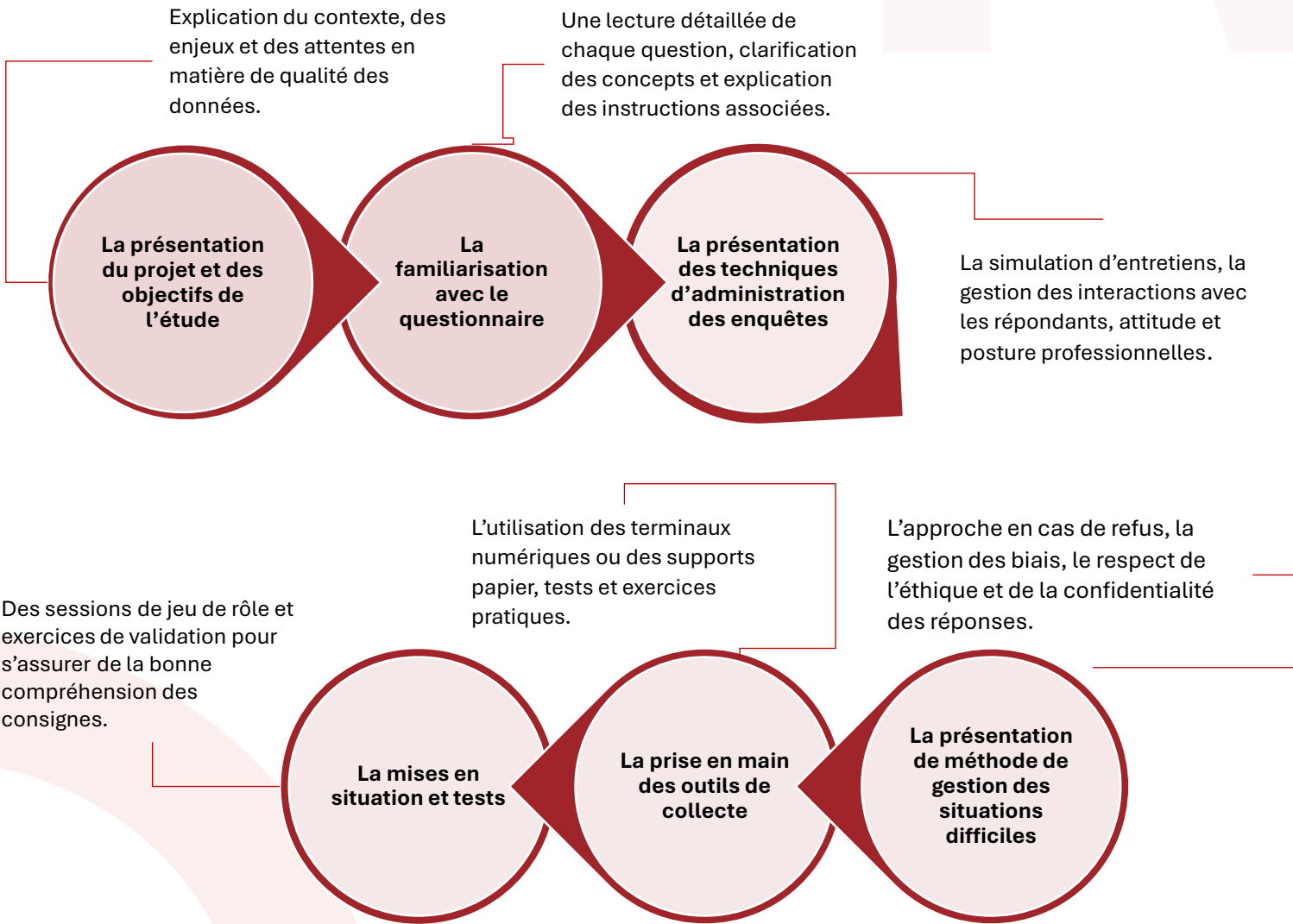
Enquêteurs

Sont chargés d'administrer l'enquête aux répondants en respectant les protocoles du terrain et de l'enquête.



2. Formation des enquêteurs :

Essentielle pour garantir la qualité des données collectées. Elle vise à assurer la maîtrise du questionnaire, des techniques d'administration et du respect des protocoles de collecte. A Media intelligence SARL, il s'agit de :



À l'issue de la formation, une évaluation est effectuée pour s'assurer que chaque enquêteur maîtrise les outils et protocoles. Seuls les enquêteurs ayant satisfait aux critères définis sont retenus pour la collecte.

3. Pré-test du questionnaire :

Cette étape permet d'évaluer la clarté, la pertinence et la faisabilité de l'outil de collecte avant le lancement effectif de l'enquête. Il vise à identifier les éventuelles ambiguïtés, incohérences ou difficultés rencontrées par les enquêteurs et les répondants.

Suite au pré-test, une réunion de débriefing est organisée pour analyser les observations et ajuster le questionnaire si nécessaire. Ces ajustements peuvent inclure la reformulation de certaines questions, la suppression d'items inutiles ou l'optimisation de la structure du questionnaire.

4. Mise en œuvre de l'enquête :

La mise en œuvre de l'enquête au plan national suit une procédure rigoureuse garantissant la qualité et la représentativité des données collectées. Cette approche est adaptée au contexte camerounais, en tenant compte de la diversité linguistique et géographique du pays.



Cette méthodologie permet de réaliser une étude de grande envergure en environ 30 jours, tout en garantissant la qualité et la représentativité des données collectées.

Subdivision du territoire national

Le territoire national est subdivisé en quatre grandes zones (ZD), chacune regroupant des ethnies de langue similaire. Bien que les langues officielles du Cameroun soient le français et l'anglais, cette subdivision permet de surmonter les problèmes de traduction des questionnaires, notamment dans les zones rurales, où d'autres langues peuvent être couramment parlées.

Univers de l'enquête

L'enquête s'adresse aux citoyens du Cameroun âgés de 18 ans et plus, sans distinction d'origine ethnique ou géographique.

Conception de l'échantillon

L'échantillon est conçu pour être représentatif au niveau national, en utilisant une méthode d'échantillonnage aléatoire stratifié (probabiliste).

- **Critère de stratification** : Les zones urbaines et rurales sont prises en compte pour assurer une couverture équitable du territoire.
- **Sélection des répondants** : Le point de départ est choisi aléatoirement, suivi d'un pas de sondage couvrant 5 à 10 ménages. Un quota de genre est défini, avec alternance entre hommes et femmes.

Déploiement sur le terrain

Une fois les outils de collecte validés et traduits (si nécessaire), les quatre responsables terrain sont déployés dans les zones définies. Leur rôle est d'observer la zone, réserver les locaux nécessaires et recruter le personnel d'enquête (superviseurs, agents de contrôle et agents de collecte), en respectant les critères de sélection établis.

Formation des équipes terrain

Après le déploiement des agents de collecte, le responsable de l'étude et l'assistant projet se rendent successivement dans chaque zone. Sur place, ils forment les équipes terrain, en collaboration avec le responsable terrain. L'équipe terrain doit être capable d'administrer le questionnaire dans les langues majoritairement parlées dans la zone. La formation est assurée durant la première journée de collecte. Après cette première journée, le responsable de l'étude et l'assistant projet se déplacent vers la zone suivante pour répéter cette procédure.

5. Supervision et contrôle qualité :

Il s'agit de la vérification continue des données collectées et mise en place de mécanismes de correction en temps réel. Le plus souvent cela consiste en :

- **Contrôles de haute fréquence** : Mise en place d'un suivi quotidien des données collectées afin de détecter rapidement d'éventuelles incohérences ou anomalies. Ce suivi est assuré par une équipe de contrôle qualité dédiée qui analyse en temps réel les réponses obtenues.
- **Contrôles inopinés** : Réalisation d'observations sur le terrain par des agents de contrôles afin d'évaluer la qualité de l'administration des entretiens. Ces contrôles permettent de s'assurer que les enquêtes ont bien lieu, que les enquêteurs respectent les protocoles et que les répondants comprennent les questions. Les contrôles sont aléatoires et imprévisibles, et les observateurs sont introduits aux répondants de manière neutre afin de ne pas influencer leurs réponses.
- **Back-checks** : Vérification a posteriori d'un échantillon d'entretiens menés par les enquêteurs. Cette étape consiste à recontacter certains répondants pour valider l'exactitude des informations recueillies et identifier d'éventuels biais ou erreurs dans la collecte des données.
- **Évaluation des performances des enquêteurs** : Utilisation de formulaires de contrôle pour consigner les observations et identifier les éventuels biais ou erreurs dans la collecte des données.
- **Réajustement continu** : Si des anomalies sont détectées, des séances de formation corrective sont organisées et des ajustements méthodologiques sont apportés pour garantir l'intégrité des données.

6. Apurement et gestion des données :

Nous mettons en place plusieurs étapes clés pour garantir la qualité et la fiabilité des données avant leur soumission finale :



Vérification de l'intégrité des données :

Une première analyse est réalisée pour détecter les valeurs aberrantes, les incohérences et les éventuelles erreurs de saisie. Des algorithmes automatisés de contrôle qualité sont appliqués pour identifier les anomalies.



Codification et structuration des données :

Toutes les réponses sont uniformisées selon les conventions méthodologiques définies dans le protocole d'enquête. Cela inclut la transformation des données qualitatives en catégories exploitables et la validation des variables numériques.



Tri et nettoyage des réponses :

Les doublons sont éliminés, les réponses incomplètes ou non exploitables sont identifiées et traitées selon un protocole rigoureux.



Croisement avec les contrôles qualité :

Les résultats des **back-checks** et des **contrôles de haute fréquence** sont intégrés pour ajuster ou corriger les données collectées. Tout écart significatif est analysé afin de garantir une fiabilité maximale.



Validation finale et anonymisation :

Avant la soumission des données, nous procédons à une anonymisation des informations sensibles conformément aux exigences en matière de protection des données personnelles.



Archivage et sauvegarde :

Un double archivage des bases de données est réalisé afin d'assurer la traçabilité et l'accessibilité des informations à long terme.

Ce processus rigoureux garantit une base de données propre, cohérente et exploitable pour l'analyse et l'interprétation des résultats de l'enquête.

7. Analyse et dissémination des résultats :

Production de rapports détaillés et organisation de séances de restitution auprès des parties prenantes.



Budget Estimatif

Le budget détaillé inclut les coûts liés au personnel, aux déplacements, aux matériels et services, ainsi qu'aux autres coûts directs.

	Nombre de jours	Personne ressource	coût unitaire	Total
Dépense sur le personnel MI				
Responsable projet				
rémunération	3	1	15 000	45 000
Transport		1	30 000	30 000
Logement	3	1	20 000	60000
Nutrition	3	1	10 000	30 000
Assistant projet				
rémunération	3	1	10 000	30 000
Transport		1	30 000	30 000
Logement	3	1	20 000	60 000
Nutrition	3	1	10 000	30 000
Responsable terrain				
rémunération	10	1	10 000	100 000
Transport		3	40 000	120 000
Logement	10	3	20 000	600 000
Nutrition	10	3	10 000	300 000
Dépense pour formation				
Location salle	2		100 000	200 000
matériel de formation		28	3 000	84 000
Frais de formation		28	0	0
appertif	2	34	2 000	136 000
Dépense sur le personnel d'enquête				
Superviseur	4	5	7 500	150 000
Agent de contrôle	4	3	7 500	90 000
Agent enquêteurs	4	20	5 000	400 000
Dépense pour l'enquête				
Badge personnel d'enquête		28	2 000	56 000
Transport sur terrain	3	28	3 000	252 000
Connexion	3	28	1 500	126 000
Nutrition du personnel d'enquête	3	28	2 000	168 000
Autres dépenses				
Assurance		29	30 000	870 000
Dépense totale par ZD(FCFA)				3 802 000
Nombre total de zone				4
Dépense totale estimé(FCFA)				15 208 000

Aptitudes Communicationnelles

Nous avons une solide expérience en dissémination des résultats auprès des médias, du public et des décideurs, et maîtrisons l'organisation de séances publiques de restitution.



www.mediainelligence.fr



+237 677 431 013



Info@mediainelligence.fr



Elig-Essono - pont de la gare, Yaoundé, Cameroun

Nous restons à disposition pour toute information complémentaire et remercions Afrobarometer pour cette opportunité de collaboration.

AFROBAROMETER ROUND 11

MEDIA
INTELLIGENCE

AFROBAROMETER
Donner une voix au peuple

28 – Mars - 2025