Good Neighbors
Cameroon

GOOD NEIGHBORS CAMEROON

CAMPAGNE « MA VOIX CONTRE LES MARIAGES D'ENFANTS & ENSEMBLE POUR L'EDUCATION »

"MY VOICES AGAINST CHILD MARRIAGES & TOGETHER FOR EDUCATION" CAMPAIGN

TERMES DE RÉFÉRENCE

TERMS OF REFERENCE

Recrutement d'un (01) Brand Ambassador (Ambassadeur de marque) pour Good Neighbors Cameroon dans la région de l'Extrême-Nord

Recruitment of one (01) Brand Ambassador for Good Neighbors Cameroon in the Far North region

Good Neighbors is an international humanitarian development NGO founded in 1991 to make the world a place without hunger, where people live together in harmony. Currently, Good Neighbors is working in 54 countries with our focus on inclusive community development approach and child protection. Good Neighbors has attained General consultative status with UN ECOSOC in 1996. It was awarded the Millennium Development Goals (MDG) Award by International Association of Economic and Social Councils and Similar Institutions (AICESIS) in 2007.

Good Neighbors Cameroon

FRANÇAIS | ENGLISH

Informations sur le projet	Détails
Projet	2026 Local Fundraising– Campagne « My Voices Against Child Marriages & Together for Education » (activité 1.1.4)
Titre de la mission	Recrutement d'un (01) Brand Ambassador (Ambassadeur de marque) pour porter la campagne « My Voices Against Child Marriages & Together for Education » et amplifier les voix communautaires en faveur de la protection de l'enfance et de l'éducation
Lieu d'affectation	Région de l'Extrême-Nord, Cameroun (Mayo-Sava et Diamaré)
Nombre de postes	Un (01) Brand Ambassador
Date de début prévue	09 novembre 2026
Date de fin prévue	7 décembre 2026
Durée du contrat	29 jours calendaires (environ 4 semaines)
Date limite de dépôt des candidatures	04 novembre 2026 à 17h00

Project Information	Details
Project	2026 Local Fundraising – "My Voices Against Child Marriages & Together for Education" campaign (Activity 1.1.4)
Mission title	Recruitment of one (01) Brand Ambassador to carry the "My Voices Against Child Marriages & Together for Education" campaign and amplify community voices in support of child protection and education
Duty location	Far North region, Cameroon (Mayo-Sava and Diamaré)
Number of positions	One (01) Brand Ambassador
Expected start date	November 09, 2026
Expected end date	December 7, 2026
Contract duration	29 calendar days (approximately four weeks)
Application deadline	November 04, 2026 at 5:00 p.m.

Contexte et justification

Good Neighbors Cameroon (GNCMR) intervient dans la région de l'Extrême-Nord à travers des actions de développement communautaire, de protection de l'enfance, d'éducation et de mobilisation des communautés.

Dans le cadre du projet Local Fundraising 2026, GNCMR mène des actions de sensibilisation communautaire autour de la protection de l'enfance et de l'éducation, sans promotion commerciale ni sollicitation de dons.

La campagne « My Voices Against Child Marriages » et « Together for Education » constitue l'une des initiatives portées dans ce cadre. Elle vise à favoriser l'engagement des communautés, des jeunes et des

Context and Rationale

Good Neighbors Cameroon (GNCMR) operates in the Far North region through community development, child protection, education, and community mobilization actions.

Under the 2026 Local Fundraising project, GNCMR conducts community awareness activities on child protection and education, without commercial promotion or fundraising solicitation.

The "My Voices Against Child Marriages" and "Together for Education" campaign is one of the initiatives carried out under this framework. It aims to foster the engagement of communities, young people,

différents acteurs locaux autour de la protection des enfants, de la prévention du mariage des enfants et de la promotion de l'éducation, notamment celle des filles, dans les zones d'intervention du projet.

Dans le cadre de l'activité 1.1.4, GNCMR souhaite collaborer avec une personnalité publique, un créateur de contenu ou un leader d'opinion pour relayer dignement les messages de sensibilisation et mobiliser les communautés, sans communication commerciale ni sollicitation de dons.

Les présents Termes de référence définissent les conditions de recrutement d'un (01) Brand Ambassador chargé de contribuer à la sensibilisation communautaire par le relais des contenus GNCMR et des interventions terrain, sans visée commerciale.

La collaboration se déroulera du 09 Novembre au 7 décembre 2026, avec des interventions terrain principalement dans les localités de Méhé, Mémé et Ouazzang, ainsi qu'une campagne numérique conduite sur les plateformes du Brand Ambassador et en lien avec les canaux officiels de GNCMR.

I. Objectif général

Good Neighbors Cameroon recherche **un (01) Brand Ambassador,** personnalité publique, créateur de contenu ou leader d'opinion disposant d'une audience significative et d'une bonne crédibilité auprès des publics ciblés, afin de porter la voix des communautés, de relayer avec dignité les messages de la campagne **« Ma voix contre les mariages d'enfants »** & **« Ensemble pour l'éducation »** et d'amplifier les voix communautaires en faveur de la protection de l'enfance et de l'éducation, notamment

and various local stakeholders around child protection, the prevention of child marriage, and the promotion of education, particularly for girls, in the project's areas of intervention.

Under Activity 1.1.4, GNCMR seeks a public figure, content creator, or opinion leader to share awareness messages with dignity and mobilize communities, without commercial communication or fundraising solicitation.

These Terms of Reference define the recruitment of one (01) Brand Ambassador to support community awareness by sharing GNCMR content and conducting field activities, without commercial purpose.

The collaboration will take place from November 09 to December 7, 2026, with field interventions mainly in the localities of Méhé, Mémé, and Ouazzang, as well as a digital campaign conducted on the Brand Ambassador's platforms and in connection with GNCMR's official channels.

I. General Objective

Good Neighbors Cameroon is seeking **one (01) Brand Ambassador,** a public figure, content creator, or opinion leader with a significant audience and good credibility among the targeted audiences, in order to carry the voice of communities, relay the messages of the **"My Voices Against Child Marriages"** & **"Together for Education"** campaign with dignity, and amplify community voices in support of child protection and education, particularly for girls, by building public support and solidarity.

celle des filles, en suscitant le soutien et la solidarité du public.

Les candidats peuvent être originaires ou résider dans la région de l'Extrême-Nord, ou dans les régions voisines, sous réserve de leur capacité à intervenir dans les zones ciblées et de leur bonne connaissance des réalités socioculturelles de l'Extrême-Nord.

II. Objectifs spécifiques

- Sensibiliser et mobiliser les communautés, notamment les jeunes, les parents, les leaders communautaires, les enseignants et autres acteurs locaux, sur les messages de la campagne ;
- Amplifier les voix communautaires, notamment celles des jeunes, des filles et des familles, en relayant leurs témoignages dans le respect de leur dignité et de leur consentement ;
- Relayer sur les plateformes du Brand Ambassador les vidéos et contenus professionnels et dignes déjà produits par GNCMR, afin de faire connaître la campagne au plus grand nombre ;
- Inviter le public à suivre les pages officielles de GNCMR afin de rester informé de la campagne et de s'y associer, selon les objectifs définis à la section III ;
- Valoriser les activités, témoignages et histoires de changement issus des interventions de GNCMR, dans le respect de la dignité et de la protection des personnes ;
- Diffuser des messages positifs et responsables de sensibilisation en faveur de la protection des enfants et de l'éducation, sans démarche commerciale ni collecte de fonds au nom de GNCMR ;

Candidates may be natives of or reside in the Far North region or in neighboring regions, provided they are able to work in the targeted areas and have a good knowledge of the sociocultural realities of the Far North.

II. Specific Objectives

- Raise awareness among and mobilize communities, particularly young people, parents, community leaders, teachers, and other local stakeholders, around the campaign messages;
- Amplify community voices, particularly those of young people, girls, and families, by relaying their testimonials with respect for their dignity and consent;
- Relay on the Brand Ambassador's platforms the professional and dignified videos and content already produced by GNCMR, in order to make the campaign known to as many people as possible;
- Invite the public to follow GNCMR's official pages in order to stay informed about the campaign and join it, in line with the objectives defined in Section III;
- Showcase the activities, testimonials, and stories of change arising from GNCMR's interventions, while respecting the dignity and protection of individuals;
- Share positive and responsible awareness messages in favor of child protection and education, without commercial activity or

- Favoriser la solidarité communautaire autour de la prévention du mariage des enfants et de l'accès à l'éducation, sans sollicitation financière ;
- Incarner les valeurs de GNCMR, notamment l'humanisme, l'intégrité, le professionnalisme, la diversité et le partenariat.

III. Résultats attendus et livrables

Au terme de la mission, les résultats suivants sont attendus du Brand Ambassador :

- Les communautés ciblées sont sensibilisées et mobilisées à travers les interventions du Brand Ambassador ;
- Les messages de la campagne sont régulièrement relayés, avec dignité, sur les plateformes numériques ;
- Les messages de sensibilisation de la campagne et les activités de GNCMR bénéficient d'une visibilité documentée pendant la période de la mission ;
- L'audience des pages officielles de GNCMR est élargie, conformément aux objectifs fixés ci-dessous ;
- Des contenus numériques de qualité, validés par GNCMR, sont diffusés ;
- Les interventions terrain sont documentées à travers des publications ;
- Les résultats de la collaboration sont documentés et évalués.

Les livrables minimums du Brand Ambassador sont détaillés dans le tableau ci-dessous :

fundraising on behalf of GNCMR;

- Foster community solidarity around preventing child marriage and access to education, without financial solicitation;
- Embody GNCMR's values, in particular humanism, integrity, professionalism, diversity, and partnership.

III. Expected Results and Deliverables

At the end of the mission, the following results are expected from the Brand Ambassador:

- The targeted communities are made aware and mobilized through the Brand Ambassador's interventions;
- The campaign messages are regularly relayed, with dignity, on digital platforms;
- The campaign's awareness messages and GNCMR activities receive documented visibility during the mission period;
- The audience of GNCMR's official pages is expanded, in line with the objectives set out below;
- High-quality digital content, validated by GNCMR, is disseminated;
- Field interventions are documented through posts;
- The results of the collaboration are documented and evaluated.

The Brand Ambassador's minimum deliverables are detailed in the table below:

FRANÇAIS

Livrables	Quantité minimale	Description
Plan de contenu et calendrier éditorial	1	Calendrier de publication des contenus professionnels de GNCMR sur les plateformes du Brand Ambassador (et, le cas échéant, de la ou des vidéos prévues), soumis à GNCMR pour validation avant le démarrage effectif de la campagne numérique
Descentes terrain	4 journées minimum	Participation aux activités de GNCMR dans les localités désignées
Publications depuis le terrain	1 par localité visitée (minimum)	Post ou story relayant les contenus fournis ou validés par GNCMR et mentionnant les pages officielles de GNCMR et les thématiques de la campagne.
Relais de contenus professionnels de GNCMR	9 minimum (3 par localité visitée)	Partage des vidéos, visuels, stories et reels professionnels fournis ou validés par GNCMR sur les plateformes du Brand Ambassador, notamment Facebook, Instagram, YouTube et TikTok le cas échéant
Vidéo(s) propre(s) du Brand Ambassador	1 à 2 au maximum	Production non obligatoire, strictement limitée à une (01) ou deux (02) vidéos, examinées minutieusement et validées par GNCMR au préalable avant toute publication
Messages écrits d'impact	Au moins 5	Témoignages, messages d'engagement, appels à la protection des filles et à l'éducation mentionnant les pages officielles de GNCMR.
Appels à la solidarité	Au moins 5 pendant la période de campagne	Invitations à suivre, partager et soutenir la campagne à travers les pages officielles de GNCMR

ENGLISH

Deliverables	Minimum quantity	Description
Content plan and editorial calendar	1	Publication calendar for GNCMR's professional content on the Brand Ambassador's platforms (and, where applicable, for the planned video or videos), submitted to GNCMR for validation before the actual start of the digital campaign
Field visits	4 days minimum	Participation in GNCMR activities in the designated localities
Posts from the field	1 per locality visited (minimum)	Post or story relaying content provided or validated by GNCMR and mentioning GNCMR's official pages and the campaign themes.
Relay of GNCMR's professional content	9 minimum (3 per locality visited)	Sharing of the professional videos, visuals, stories, and reels provided or validated by GNCMR on the Brand Ambassador's platforms, including Facebook, Instagram, YouTube, and TikTok where applicable
Brand Ambassador's own video(s)	1 to 2 maximum	Not mandatory, strictly limited to one (01) or two (02) videos, carefully reviewed and validated by GNCMR in advance before any publication
Written impact messages	At least 5	Testimonials, messages of commitment, and calls for the protection of girls and for education mentioning GNCMR's official pages.
Calls for solidarity	At least 5 during the campaign period	Invitations to follow, share, and support the campaign through GNCMR's official pages

Rapports de descente terrain	1 par journée de terrain	Rapport succinct transmis dans les 48 heures : public touché (estimation), retours du terrain, photos et vidéos produites.
Rapport d'étape	1	Point d'avancement et statistiques à mi-parcours, transmis au plus tard le 20 novembre 2026.
Rapport final	1	Bilan de la collaboration, résultats, statistiques et preuves de performance, transmis durant la première semaine de décembre, au plus tard le 7 décembre 2026
Statistiques de performance	Indicateurs suivis : portée et impressions des publications de campagne, interactions et évolution des abonnés (à titre contextuel, selon les statistiques disponibles). Seuls les résultats documentés et directement attribuables aux contenus de la mission sont rapportés.	Captures d'écran et données relatives à la portée, aux impressions, à l'engagement et aux nouveaux abonnés

Field visit reports	1 per field day	Brief report submitted within 48 hours: audience reached (estimate), field feedback, photos and videos produced.
Progress report	1	Progress update and mid-term statistics, submitted no later than November 20, 2026.
Final report	1	Summary of the collaboration, results, statistics, and performance evidence, submitted during the first week of December, no later than December 7, 2026
Performance statistics	Monitoring indicator; no guaranteed minimum	Screenshots and data on reach, impressions, engagement, and new followers

Objectifs SMART

Les objectifs de la mission, formulés de manière SMART, sont les suivants :

- **Spécifique :** élargir la communauté qui suit les pages officielles de GNCMR grâce au relais des contenus de la campagne sur la plateforme du Brand Ambassador, afin de porter le message de solidarité au plus grand nombre ;
- **Mesurable :** livrables vérifiables et imputables — 4 journées terrain, publications prévues, 9 relais, 5 messages, rapports et statistiques des contenus. La croissance des abonnés est suivie sans minimum garanti.

SMART Objectives

The objectives of the mission, formulated in a SMART manner, are as follows:

- **Specific:** expand the community that follows GNCMR's official pages by relaying the campaign content on the Brand Ambassador's platform, in order to carry the message of solidarity to as many people as possible;
- **Measurable:** verifiable, attributable deliverables — 4 field days, planned posts, 9 shares, 5 messages, reports, and content statistics. Follower growth is monitored without a guaranteed minimum.

- **Atteignable :** objectifs calibrés sur les 29 jours, les quatre journées terrain et le calendrier validé ; portée et croissance restent des indicateurs de suivi non garantis.
- **Réaliste et pertinent :** en lien direct avec la protection de l'enfance et l'éducation, dans le respect de la dignité des communautés, sans visée commerciale, sollicitation de dons ni promesse de résultats dépendant de tiers ;
- **Temporel :** entre le 09 novembre et le 7 décembre 2026, avec un point d'étape au plus tard le 20 novembre 2026 et un bilan dans le rapport final remis durant la première semaine de décembre.

Le suivi porte sur les livrables vérifiables (publications, statistiques des contenus et rapports). La croissance des abonnés est informative et n'est imputée à la mission qu'au moyen d'une méthode de traçabilité convenue.

Les statistiques seront arrêtées à une date convenue avec GNCMR afin de permettre leur consolidation dans le rapport final.

Hashtags officiels :

#MyVoicesAgainstChildMarriage
#TogetherForEducation
#GoodNeighborsCameroon
#GNCMR
#MaisonEnfantsMehe
#FillePasEpouseEcole

Pages officielles à mentionner :

Facebook : @GoodNeighborsCameroon
Instagram : @gncmr
LinkedIn : Good Neighbors Cameroon

- **Achievable:** targets reflect the 29-day mission, four field days, and approved schedule; reach and audience growth are non-guaranteed monitoring indicators.
- **Realistic and relevant:** directly linked to child protection and education, respecting community dignity, without commercial purpose, fundraising solicitation, or promises of outcomes dependent on third parties;
- **Time-bound:** between November 09 and December 7, 2026, with a progress update no later than November 20, 2026 and a summary in the final report submitted during the first week of December.

Monitoring covers verifiable deliverables (posts, content statistics, and reports). Follower growth is contextual and attributable only where an agreed tracking method exists.

The statistics will be finalized on a date agreed with GNCMR so that they can be consolidated in the final report.

Official hashtags:

#MyVoicesAgainstChildMarriage
#TogetherForEducation
#GoodNeighborsCameroon
#GNCMR
#MaisonEnfantsMehe
#FillePasEpouseEcole

Official pages to be mentioned:

Facebook: @GoodNeighborsCameroon
Instagram: @gncmr
LinkedIn: Good Neighbors Cameroon

YouTube : Good Neighbors Cameroon

IV. Méthodologie de mise en œuvre

La mission sera menée selon une approche participative et en étroite coordination avec l'équipe de GNCMR, afin de garantir des interventions de qualité, cohérentes avec les messages et l'image de l'organisation.

a. Lancement et planification

- Réunion de lancement avec l'équipe de GNCMR pour clarifier les objectifs, les publics cibles, les messages clés, le calendrier et les modalités logistiques.
- Remise du brief de mission : messages clés, logos et visuels officiels, vidéos et contenus professionnels déjà produits par GNCMR à relayer, thèmes à développer, programme et contacts des coordinateurs terrain.
- Élaboration par le Brand Ambassador d'un plan de contenu et d'un calendrier éditorial, soumis à GNCMR pour validation.
- Signature du contrat, du code de conduite de GNCMR et de la déclaration sur l'honneur de neutralité politique et de bonne moralité.

b. Descentes terrain

Le Brand Ambassador participera à des activités de GNCMR dans les zones d'intervention, selon un calendrier arrêté par GNCMR. Lors de chaque descente, il :

- Prononce un discours de sensibilisation adapté au public présent (jeunes, parents, leaders communautaires, élèves, enseignants) ;

YouTube: Good Neighbors Cameroon

IV. Implementation Methodology

The mission will be carried out using a participatory approach and in close coordination with the GNCMR team, in order to ensure high-quality interventions consistent with the organization's messages and image.

a. Launch and Planning

- Kick-off meeting with the GNCMR team to clarify the objectives, target audiences, key messages, schedule, and logistical arrangements.
- Delivery of the mission brief: key messages, official logos and visuals, professional videos and content already produced by GNCMR to be relayed, themes to be developed, program, and contacts of the field coordinators.
- Development by the Brand Ambassador of a content plan and editorial calendar, submitted to GNCMR for validation.
- Signing of the contract, GNCMR's Code of Conduct, and the sworn statement of political neutrality and good character.

b. Field Visits

The Brand Ambassador will take part in GNCMR activities in the areas of intervention, according to a schedule set by GNCMR. During each visit, they:

- Deliver an awareness-raising speech adapted to the audience present (young people, parents, community leaders, students, teachers);

- Transmet les messages clés de prévention du mariage précoce et de promotion de l'éducation des filles ;
- Réalise une ou plusieurs prestations artistiques ou orales intégrant les messages de la campagne ;
- Anime des échanges, des séances de questions-réponses et des témoignages avec la communauté ;
- Réalise au moins une publication depuis le terrain, en relayant les contenus fournis ou validés par GNCMR, et accepte la captation photo et vidéo de ses interventions par les équipes de GNCMR.

Responsabilité logistique de GNCMR

Good Neighbors Cameroon assurera et prendra en charge la logistique des visites et interventions sur le terrain, notamment la coordination des activités, l'accès aux sites, la coordination avec les acteurs locaux et, selon les besoins de chaque visite, le transport, les espaces d'intervention, la sonorisation et les autres moyens logistiques nécessaires.

Ces coûts étant directement pris en charge par GNCMR, **les candidats ne doivent pas les inclure dans leur proposition.**

Le Brand Ambassador demeure responsable de son matériel personnel de production de contenu, notamment son téléphone, ses accessoires de prise de vue et de son, ainsi que de sa connexion internet et de ses frais personnels de communication, sauf disposition contraire expressément convenue avec GNCMR.

c. Campagne numérique

Le Brand Ambassador assurera une présence

- Convey the key messages on preventing early marriage and promoting girls' education;
- Carry out one or more artistic or spoken performances incorporating the campaign messages;
- Lead discussions, question-and-answer sessions, and testimonials with the community;
- Make at least one post from the field, relaying content provided or validated by GNCMR, and accept photo and video capture of their interventions by GNCMR teams.

GNCMR's Logistical Responsibility

Good Neighbors Cameroon will provide and cover the logistics of the field visits and interventions, including coordination of activities, access to sites, coordination with local stakeholders and, depending on the needs of each visit, transportation, sound systems, and other necessary logistical resources.

As these costs are covered directly by GNCMR, **candidates must not include them in their proposal.**

The Brand Ambassador remains responsible for their personal content production equipment, in particular their phone, filming and sound accessories, as well as their internet connection and personal communication costs, unless otherwise expressly agreed with GNCMR.

c. Digital Campaign

The Brand Ambassador will maintain a regular digital

numérique régulière pendant la période de collaboration. Son rôle principal est de publier et de partager, sur ses plateformes, les vidéos et contenus professionnels et dignes déjà créés par GNCMR.

Il devra notamment :

- Relayer les vidéos, visuels, messages écrits, stories et reels produits ou validés par GNCMR, conformément au plan de contenu validé ;
- Ne réaliser, au maximum, qu'une (01) ou deux (02) vidéos propres, examinées minutieusement et validées par GNCMR au préalable avant toute publication, et ne produire aucune autre vidéo indépendante ;
- Identifier les pages officielles de GNCMR ;
- Utiliser les hashtags officiels de la campagne ;
- Inviter leur audience à suivre et à interagir avec les pages de GNCMR ;
- Soumettre à GNCMR pour validation préalable tout contenu destiné à être publié dans le cadre de la campagne, et en particulier tout contenu sensible ou représentant des enfants ;
- Respecter les règles de protection de l'enfant et de confidentialité ;
- Ne publier aucun contenu susceptible de porter atteinte à l'image, aux valeurs ou à la réputation de GNCMR.

d. Suivi, validation et reporting

Le suivi sera assuré en collaboration avec le point focal désigné par GNCMR.

Le Brand Ambassador devra :

- Participer aux points de suivi organisés par

presence throughout the collaboration period. Their main role is to publish and share, on their platforms, the professional and dignified videos and content already created by GNCMR.

They must in particular:

- Relay the videos, visuals, written messages, stories, and reels produced or validated by GNCMR, in accordance with the validated content plan;
- Produce no more than one (01) or two (02) videos of their own, to be carefully reviewed and validated by GNCMR in advance before any publication, and produce no other independent videos;
- Tag GNCMR's official pages;
- Use the campaign's official hashtags;
- Invite their audience to follow and engage with GNCMR's pages;
- Submit for GNCMR's prior approval any content intended for publication as part of the campaign, particularly sensitive content or content depicting children;
- Comply with child protection and confidentiality rules;
- Not publish any content likely to harm GNCMR's image, values, or reputation.

d. Monitoring, Validation, and Reporting

Monitoring will be carried out in collaboration with the focal point designated by GNCMR.

The Brand Ambassador must:

- Take part in the monitoring meetings organized by

GNCMR ;

- Transmettre les rapports de descente dans les 48 heures suivant chaque intervention ;
- Transmettre le rapport d'étape au plus tard le 20 novembre 2026 ;
- Transmettre le rapport final durant la première semaine de décembre, au plus tard le 7 décembre 2026 ;
- Fournir les captures d'écran et statistiques nécessaires au suivi des performances ;
- Signaler immédiatement tout événement susceptible d'affecter l'exécution de la mission.

GNCMR;

- Submit field visit reports within 48 hours after each intervention;
- Submit the progress report no later than November 20, 2026;
- Submit the final report during the first week of December, no later than December 7, 2026;
- Provide the screenshots and statistics needed to monitor performance;
- Immediately report any event likely to affect the performance of the mission.

CALENDRIER DE MISE EN ŒUVRE

Période	Activité	Résultat clé
09 novembre 2026	Lancement, briefing, signature du contrat et validation du plan de contenu	Mission officiellement lancée
10 Novembre – 30 novembre 2026	Descentes terrain selon le calendrier arrêté par GNCMR	Interventions terrain et contenus produits
09 novembre – 7 décembre 2026	Campagne numérique et relais des contenus professionnels de GNCMR	Publications régulières et mobilisation de l'audience
Après chaque descente	Rapport dans les 48 heures	Rapport de terrain transmis
Dans les 24 heures suivant chaque descente	Publication des contenus associés lorsque prévu	Contenus terrain diffusés
16 – 20 novembre 2026	Revue à mi-parcours	Rapport d'étape et ajustements éventuels
1er – 7 décembre 2026	Consolidation des résultats, statistiques, soumission du rapport final et évaluation	Rapport final soumis et activités achevées
7 décembre 2026 (au plus tard)	Fin de la période de collaboration et clôture des activités	Fin de la période contractuelle

IMPLEMENTATION SCHEDULE

Period	Activity	Key result
November 09, 2026	Launch, briefing, contract signing, and validation of the content plan	Mission officially launched
November 10 – November 25, 2026	Field visits according to the schedule set by GNCMR	Field interventions and content produced
November 26 – December 7, 2026	Digital campaign and relay of GNCMR's professional content	Regular posts and audience mobilization
After each field visit	Report within 48 hours	Field report submitted
Within 24 hours after each field visit	Publication of the associated content where planned	Field content disseminated
November 16–20, 2026	Mid-term review	Progress report and any adjustments
December 1–7, 2026	Consolidation of results, statistics, submission of the final report, and evaluation	Final report submitted and activities completed
December 7, 2026 (at the latest)	End of the collaboration period and closing of activities	End of the contractual period

Good Neighbors is an international humanitarian development NGO founded in 1991 to make the world a place without hunger, where people live together in harmony. Currently, Good Neighbors is working in 54 countries with our focus on inclusive community development approach and child protection. Good Neighbors has attained General consultative status with UN ECOSOC in 1996. It was awarded the Millennium Development Goals (MDG) Award by International Association of Economic and Social Councils and Similar Institutions (AICESIS) in 2007.

Ce calendrier est indicatif ; les dates précises des descentes terrain seront communiquées par GNCMR lors du lancement.

Nota : les dates précises des descentes terrain seront communiquées par GNCMR en fonction du calendrier des activités, des contraintes logistiques et de la disponibilité des parties prenantes.

Les activités s'achèvent et le rapport final est soumis au cours de la **première semaine de décembre**, au plus tard le 7 décembre 2026. La consolidation des résultats et l'évaluation de la performance interviennent durant cette même période.

V. Consentement, droits à l'image et protection de l'enfant

Le Brand Ambassador respecte les politiques de safeguarding de GNCMR, y compris la PSEA. L'intérêt supérieur, la sécurité, la dignité et la confidentialité des enfants et bénéficiaires priment sur toute communication.

Il s'engage notamment à :

- Obtenir un consentement éclairé et documenté avant toute image ou témoignage ; pour un enfant, obtenir l'autorisation du parent/tuteur et son assentiment, conformément aux procédures GNCMR ;
- Respecter les règles spécifiques applicables aux enfants et adolescents, leur intérêt supérieur et leur droit de refuser ou d'interrompre leur participation ;
- Ne pas publier de contenu identifiant une victime ou personne vulnérable sans autorisation écrite préalable de GNCMR et consentements requis ;

This schedule is indicative; the precise dates of the field visits will be communicated by GNCMR at the launch.

Note: the precise dates of the field visits will be communicated by GNCMR depending on the activity schedule, logistical constraints, and the availability of stakeholders.

The activities end and the final report is submitted during the **first week of December**, no later than December 7, 2026. The consolidation of results and the performance evaluation take place during that same period.

V. Consent, Image Rights, and Child Protection

The Brand Ambassador complies with GNCMR safeguarding policies, including PSEA. Children's and beneficiaries' best interests, safety, dignity, and confidentiality take precedence over communications.

They undertake in particular to:

- Obtain informed, documented consent before images or testimonials; for a child, obtain parent/guardian authorization and the child's assent, under GNCMR procedures;
- Comply with the specific rules applicable to children and adolescents, their best interests, and their right to refuse or stop participating;
- Do not publish identifying content about a survivor or vulnerable person without GNCMR's prior written approval and required consents;

- Préserver en tout temps la dignité, la sécurité, la vie privée et la confidentialité des personnes ; éviter toute mise en scène, stigmatisation, exposition à un risque ou représentation dégradante ;
- Respecter les politiques de safeguarding de GNCMR et signaler immédiatement tout incident ou préoccupation de protection.

Tout contenu de campagne, notamment impliquant des enfants ou personnes vulnérables, requiert la validation préalable de GNCMR avant publication.

VI. Protection des données

Le Brand Ambassador s'engage à préserver la confidentialité des informations recueillies dans le cadre de la mission.

Il ne devra notamment pas :

- Divulguer les données personnelles des bénéficiaires ;
- Partager des informations confidentielles relatives aux activités de GNCMR ;
- Utiliser à des fins personnelles des informations ou contenus confidentiels obtenus dans le cadre de la mission ;
- Conserver ou diffuser des données sensibles sans autorisation.

Cette obligation de confidentialité demeure applicable après la fin de la collaboration.

VII. Profil et conditions requises

Le Brand Ambassador est avant tout un défenseur digne de la cause communautaire : il porte, avec

- Protect dignity, safety, and confidentiality; avoid stigmatization, staging, or exposure to risk;
- Comply with GNCMR safeguarding policies and promptly report any safeguarding incident or concern.

All campaign content, particularly content involving children or vulnerable persons, requires GNCMR's prior approval before publication.

VI. Data Protection

The Brand Ambassador undertakes to preserve the confidentiality of the information gathered in the course of the mission.

In particular, they must not:

- Disclose the personal data of beneficiaries;
- Share confidential information relating to GNCMR's activities;
- Use for personal purposes any confidential information or content obtained in the course of the mission;
- Retain or disseminate sensitive data without authorization.

This confidentiality obligation remains applicable after the end of the collaboration.

VII. Profile and Required Qualifications

The Brand Ambassador is first and foremost a dignified advocate for the community cause: they

respect et sans visée commerciale, les messages de protection de l'enfance et d'éducation de GNCMR.

Conditions d'éligibilité et qualifications

Le candidat doit :

- Être majeur(e) et en situation régulière au Cameroun ;
- Justifier d'au moins 20 000 abonnés cumulés sur ses comptes ou pages officiels, avec au moins deux plateformes actives ;
- Fournir les liens vers ses plateformes ainsi que des captures d'écran datées des statistiques ;
- S'engager sur les objectifs SMART et les livrables mesurables de la mission définis à la section III, en reconnaissant que la croissance du nombre d'abonnés n'est pas garantie et ne sera pas attribuée sans méthode convenue.
- S'engager à relayer en priorité les contenus professionnels de GNCMR et à ne réaliser de vidéo propre que dans la limite et sous les conditions prévues aux sections III et IV ;
- Être de bonne moralité ;
- Fournir un extrait de casier judiciaire (bulletin n° 3) de moins de trois mois ;
- Signer une déclaration sur l'honneur de bonne moralité, de neutralité politique et d'absence de conflit d'intérêts ;
- N'avoir publié aucun contenu haineux, discriminatoire, violent, diffamatoire ou contraire aux bonnes mœurs ;
- Ne pas être candidat(e), responsable, porte-parole ou militant(e) actif(ve) d'un parti politique et ne

carry GNCMR's messages on child protection and education with respect and without any commercial purpose.

Eligibility Conditions and Qualifications

The candidate must:

- Be of legal age and legally resident in Cameroon;
- Demonstrate at least 20,000 cumulative followers across their official accounts or pages, with at least two active platforms;
- Provide links to their platforms as well as dated screenshots of the statistics;
- Commit to the SMART objectives and measurable deliverables set out in Section III, acknowledging that follower growth is not guaranteed and will not be attributed without an agreed tracking method.
- Commit to prioritizing the relay of GNCMR's professional content and to producing videos of their own only within the limits and under the conditions set out in Sections III and IV;
- Be of good character;
- Provide a criminal record extract (bulletin no. 3) issued less than three months ago;
- Sign a sworn statement of good character, political neutrality, and absence of conflict of interest;
- Not have published any hateful, discriminatory, violent, or defamatory content, or content contrary to public morals;
- Not be a candidate, official, spokesperson, or active member of a political party and hold no

détenir aucun mandat électif ;

- S'engager à ne diffuser aucun contenu partisan pendant la durée de la collaboration ;
- Justifier d'une expérience ou d'actions antérieures en matière de sensibilisation, de communication, d'engagement communautaire ou de promotion de causes sociales ;
- Maîtriser suffisamment le français ou l'anglais et être capable de s'exprimer correctement en public ;
- Être disponible pendant la période de collaboration du 09 novembre au 7 décembre 2026 ;
- Être disponible pour les descentes terrain dans les localités ciblées ;
- Ne pas avoir de partenariat ou de contrat incompatible avec les valeurs et l'image de GNCMR.

Conditions souhaitables

Seront considérés comme atouts :

- Résider dans la région de l'Extrême-Nord ou dans une région voisine ;
- Bien connaître les communautés du Mayo-Sava et du Diamaré ;
- Parler au moins une langue locale de l'Extrême-Nord, afin de s'adresser directement aux communautés lors des descentes terrain ;
- Disposer de talents artistiques ou oratoires ;
- Avoir une audience composée en grande partie de jeunes et de personnes vivant dans l'Extrême-Nord ;
- Avoir déjà collaboré avec des ONG, institutions

elected office;

- Commit not to disseminate any partisan content during the collaboration;
- Demonstrate prior experience or actions in awareness-raising, communication, community engagement, or the promotion of social causes;
- Have sufficient command of French or English and be able to speak properly in public;
- Be available during the collaboration period from November 09 to December 7, 2026;
- Be available for field visits in the targeted localities;
- Not have any partnership or contract incompatible with GNCMR's values and image.

Desirable Conditions

The following will be considered assets:

- Residing in the Far North region or in a neighboring region;
- Good knowledge of the communities of Mayo-Sava and Diamaré;
- Speaking at least one local language of the Far North, in order to address communities directly during field visits;
- Artistic or oratory talents;
- An audience made up largely of young people and people living in the Far North;
- Prior collaboration with NGOs, public institutions,

publiques ou organisations internationales ;

- Démontrer une sensibilité aux questions de genre, de protection de l'enfant et de développement communautaire.

Les candidatures féminines sont fortement encouragées.

VIII. Statut, propriété et responsabilités

Statut d'Ambassadeur

En contrepartie du respect de l'ensemble de ses engagements, le Brand Ambassador se voit reconnaître le titre officiel de « Brand Ambassador de Good Neighbors Cameroon – Campagne Ma Voix contre le mariage d'enfants & Ensemble pour l'Education », qu'il peut utiliser dans ses communications pendant la durée du contrat. Il reçoit une attestation officielle de collaboration à l'issue de la mission, sous réserve de l'atteinte des indicateurs, et son engagement est reconnu sur les supports de communication de GNCMR. Il exerce sa mission en toute indépendance, en défenseur digne de la cause communautaire ; la collaboration ne constitue pas un contrat de travail et n'induit aucun lien de subordination.

Propriété et droits d'utilisation

Le Brand Ambassador cède à GNCMR, à titre gracieux, pour la durée du contrat et des activités de communication du projet, le droit d'utiliser, de reproduire, de diffuser et d'adapter les contenus (photos, vidéos, enregistrements, discours, messages) produits dans le cadre de la mission, sur tous les supports de GNCMR (réseaux sociaux, rapports, site

or international organizations;

- Demonstrated sensitivity to gender, child protection, and community development issues.

Women candidates are strongly encouraged.

VIII. Status, Ownership, and Responsibilities

Ambassador Status

In return for compliance with all of their commitments, the Brand Ambassador is granted the official title of "Brand Ambassador of Good Neighbors Cameroon – My Voices Against Child Marriages & Together for Education Campaign," which they may use in their communications for the duration of the contract. They receive an official certificate of collaboration at the end of the mission, subject to the achievement of the indicators, and their commitment is recognized on GNCMR's communication materials. They carry out their mission independently, as a dignified advocate for the community cause; the collaboration does not constitute an employment contract and does not create any relationship of subordination.

Ownership and Usage Rights

The Brand Ambassador assigns to GNCMR, free of charge, for the duration of the contract and of the project's communication activities, the right to use, reproduce, disseminate, and adapt the content (photos, videos, recordings, speeches, messages) produced as part of the mission, on all of GNCMR's media (social media, reports, website, advocacy and awareness-

web, supports de plaidoyer et de sensibilisation). GNCMR mentionne systématiquement le nom ou le pseudonyme du Brand Ambassador lors de leur utilisation. Pour les éléments de tiers (musiques, images, extraits), le Brand Ambassador obtient les licences et autorisations nécessaires.

Responsabilités de Good Neighbors Cameroon

- Remettre au Brand Ambassador un brief complet (messages clés, logos et visuels officiels, vidéos et contenus professionnels à relayer, thèmes, programme journalier, contacts des coordinateurs terrain) ;
- Organiser et prendre en charge la logistique des visites sur le terrain (transport, espace, sonorisation, coordination des parties prenantes locales) ;
- Valider les contenus soumis, remettre l'attestation de collaboration et reconnaître l'engagement du Brand Ambassador sur ses canaux officiels.

Responsabilités du Brand Ambassador

- Relayer en priorité sur ses plateformes les vidéos et contenus professionnels et dignes fournis par GNCMR, et ne réaliser qu'une (01) ou deux (02) vidéos propres au maximum, après validation préalable de GNCMR ;
- Respecter le planning d'intervention défini avec les équipes de GNCMR ;
- Assurer la qualité, la pertinence et l'alignement de ses prestations et contenus avec les valeurs et l'image de marque de GNCMR ;
- Transmettre les rapports de descente (48 heures),

raising materials). GNCMR systematically mentions the name or pseudonym of the Brand Ambassador when using them. For third-party elements (music, images, excerpts), the Brand Ambassador obtains the necessary licenses and authorizations.

Responsibilities of Good Neighbors Cameroon

- Provide the Brand Ambassador with a complete brief (key messages, official logos and visuals, professional videos and content to be relayed, themes, daily program, contacts of the field coordinators);
- Organize and cover the logistics of the field visits (transportation, space, sound system, coordination of local stakeholders);
- Validate the content submitted, issue the certificate of collaboration, and recognize the Brand Ambassador's commitment on its official channels.

Responsibilities of the Brand Ambassador

- Give priority to relaying on their platforms the professional and dignified videos and content provided by GNCMR, and produce no more than one (01) or two (02) videos of their own, after GNCMR's prior validation;
- Comply with the intervention schedule defined with GNCMR's teams;
- Ensure the quality, relevance, and alignment of their services and content with GNCMR's values and brand image;
- Submit the field visit reports (48 hours), the

le rapport d'étape et le rapport final dans les délais ;

- Informer immédiatement GNCMR de tout événement susceptible d'affecter l'exécution de ses prestations (indisponibilité, force majeure, incident) ;
- S'abstenir, pendant et après la mission, de tout comportement, propos ou publication susceptible de nuire à l'image ou à la réputation de GNCMR ;
- Ne pas sous-traiter tout ou partie de ses prestations sans accord écrit préalable de GNCMR.

IX. Lieu de la mission et dispositions logistiques

La mission se déroule dans la région de l'Extrême-Nord, principalement dans les sites d'intervention de GNCMR suivants :

- Département du Mayo-Sava : CDP de Méhé et canton de Mémé ;
- Département du Diamaré : CDP de Ouazzang (arrondissement de Méri).

GNCMR facilite l'accès aux sites, coordonne les rencontres avec les communautés et les autorités locales et assure et prend en charge la logistique des visites sur le terrain (voir section IV.b) ; ces coûts ne doivent pas être intégrés par les candidats dans leur proposition. Le Brand Ambassador reste responsable de son matériel de production (téléphone, accessoires de prise de vue et de son), de sa connexion internet et de ses frais de communication, ainsi que de toute autre dépense personnelle.

progress report, and the final report on time;

- Immediately inform GNCMR of any event likely to affect the performance of their services (unavailability, force majeure, incident);
- Refrain, during and after the mission, from any behavior, statement, or post likely to harm GNCMR's image or reputation;
- Not subcontract all or part of their services without GNCMR's prior written agreement.

IX. Location of the Mission and Logistical Arrangements

The mission takes place in the Far North region, mainly at the following GNCMR intervention sites:

- Mayo-Sava department: Méhé CDP and Mémé canton;
- Diamaré department: Ouazzang CDP (Méri subdivision).

GNCMR facilitates access to the sites, coordinates meetings with communities and local authorities, and provides and covers the logistics of the field visits (see Section IV.b); these costs must not be included by candidates in their proposal. The Brand Ambassador remains responsible for their production equipment (phone, filming and sound accessories), their internet connection and communication costs, as well as any other personal expenses.

X. Conformité, neutralité politique et code de conduite

Le Brand Ambassador s'engage à respecter le code de conduite de GNCMR, les politiques de protection (« safeguarding » et prévention de l'exploitation et des abus sexuels – PSEA), les règles de confidentialité et de protection des données, ainsi que la législation en vigueur, afin de garantir la sécurité et le bien-être des personnes vulnérables. Il observe une stricte neutralité politique et religieuse dans le cadre de sa mission et s'abstient de tout propos ou contenu partisan, discriminatoire ou susceptible de nuire à l'image de GNCMR.

En cas de manquement grave à ses obligations, le contrat peut être résilié par l'une ou l'autre partie après une mise en demeure restée sans effet pendant cinq (05) jours ouvrables.

XI. Dépôt des candidatures et critères d'évaluation

La date limite de dépôt des candidatures est fixée au **04 novembre 2026 à 17h00**. Le dossier est à déposer sous enveloppe scellée portant la mention : « **BRAND AMBASSADOR – CAMPAGNE MA VOIX CONTRE LE MARIAGE D'ENFANTS & ENSEMBLE POUR L'EDUCATION** », au bureau de Good Neighbors Cameroon à Yaoundé ou à Maroua.

Le dossier doit contenir :

- Une lettre de motivation ;
- Un curriculum vitae ;
- Une copie de la carte nationale d'identité ou du

X. Compliance, Political Neutrality, and Code of Conduct

The Brand Ambassador undertakes to comply with GNCMR's Code of Conduct, the protection policies ("safeguarding" and prevention of sexual exploitation and abuse – PSEA), the confidentiality and data protection rules, and the legislation in force, in order to ensure the safety and well-being of vulnerable persons. They observe strict political and religious neutrality in the course of their mission and refrain from any partisan or discriminatory statement or content, or any statement or content likely to harm GNCMR's image.

In the event of a serious breach of their obligations, the contract may be terminated by either party after a formal notice that has remained without effect for five (05) business days.

XI. Submission of Applications and Evaluation Criteria

The application deadline is set for **November 04, 2026 at 5:00 p.m.** The application is to be submitted in a sealed envelope bearing the words: **"BRAND AMBASSADOR – MY VOICES AGAINST CHILD MARRIAGES & TOGETHER FOR EDUCATION CAMPAIGN"**, at the Good Neighbors Cameroon office in Yaoundé or Maroua.

The application must contain:

- A cover letter;
- A curriculum vitae;
- A copy of the national identity card or passport;

passeport ;

- Les liens vers les pages et comptes officiels, accompagnés de captures d'écran datées des statistiques (abonnés, portée, engagement) attestant d'au moins 20 000 abonnés cumulés ;
- Au moins un (01) lien vers des publications, campagnes ou actions antérieures d'impact ou d'engagement communautaire ;
- Une note méthodologique de deux pages maximums présentant l'approche et le plan de contenu proposés ;
- Une déclaration sur l'honneur de bonne moralité, de neutralité politique et d'absence de conflit d'intérêts ;
- Un extrait de casier judiciaire (bulletin n° 3) de moins de trois mois ;
- Une attestation d'immatriculation fiscale (NIU), une attestation de conformité fiscale de moins de trois mois et une attestation bancaire, le cas échéant ;
- Une proposition financière détaillée en FCFA, indiquant clairement les honoraires, les taxes applicables et tous les coûts afférents, à l'exclusion des frais logistiques des visites sur le terrain pris en charge par GNCMR ;
- Les preuves d'expériences similaires (collaborations avec des ONG, institutions ou organisations), le cas échéant.

Procédure de sélection. Les dossiers font d'abord l'objet d'un examen de conformité administrative et d'éligibilité ; les critères obligatoires (au moins 20 000 abonnés cumulés, bonne moralité, neutralité politique) sont éliminatoires. Les dossiers conformes

- Links to the official pages and accounts, accompanied by dated screenshots of the statistics (followers, reach, engagement) attesting to at least 20,000 cumulative followers;
- At least one (01) link to previous posts, campaigns, or actions showing impact or community engagement;
- A methodological note of two pages maximum presenting the proposed approach and content plan;
- A sworn statement of good character, political neutrality, and absence of conflict of interest;
- A criminal record extract (bulletin no. 3) issued less than three months ago;
- A tax registration certificate (NIU), a tax compliance certificate issued less than three months ago, and a bank certificate, where applicable;
- A detailed financial proposal in FCFA, clearly indicating the fees, applicable taxes, and all related costs, excluding the logistics costs of the field visits covered by GNCMR;
- Evidence of similar experience (collaborations with NGOs, institutions, or organizations), where applicable.

Selection procedure. Applications are first reviewed for administrative compliance and eligibility; the mandatory criteria (at least 20,000 cumulative followers, good character, political neutrality) are eliminatory. Compliant applications are then

sont ensuite évalués.

XII. Langue et version prévalente

Les présents Termes de référence sont établis en version bilingue (français et anglais). En cas de divergence ou de conflit quant au sens ou à l'interprétation d'un mot, d'une expression ou d'une disposition entre les deux versions, la version française prévaut et fait foi.

Good Neighbors Cameroon
DAESEONG CHO
Directeur Pays

Signature et cachet :



evaluated.

XII. Language and Prevailing Version

These Terms of Reference are prepared in a bilingual version (French and English). In the event of any discrepancy or conflict as to the meaning or interpretation of any word, expression, or provision between the two versions, the French version shall prevail and shall be authoritative.

Good Neighbors Cameroon
DAESEONG CHO
Country Director

Signature and stamp:

