

Termes de référence

Diffusion de messages
de la campagne
régionale de
sensibilisation

Programme Ready 360°

Période prévue pour la mission :
03/03/2025 au 15/10/2026

Objet de la mission	Diffusion de messages de la campagne régionale de sensibilisation
Lieu de la mission	Guadeloupe et zone caraïbe
Responsable de la mission	Chargée d'activités RRC programme READY 360°
Date de début souhaitée	03/03/2025
Date de fin souhaitée	15/10/2026
Durée de la mission	14 mois

1. CONTEXTE

1.1. La PIRAC

Créée en 2005, la **Plateforme d'Intervention Régionale Amériques Caraïbes (PIRAC)** est la délégation représentative de la **Croix-Rouge française (CRF)** pour la région caribéenne basée en Guadeloupe ainsi que son dispositif opérationnel d'action humanitaire et de coopération régionale. La PIRAC vient en aide aux populations des Caraïbes sur toutes les catastrophes majeures et s'emploie à développer des actions de renforcement des capacités de résilience des populations sur les territoires français ainsi que les pays de l'arc caribéen et du plateau des Guyanes.

1.2. Le programme READY 360°

La PIRAC a démarré le **programme READY 360°** en janvier 2023 cofinancé par le programme INTERREG Caraïbes, l'Agence Française de Développement (AFD) et CMA CGM. Le programme READY 360° vise à bâtir une résilience globale et plus verte des territoires caribéens en renforçant les capacités de préparation et de réponse aux catastrophes à tous les niveaux : de l'individuel et familial, à celui des organisations et entreprises, jusqu'au niveau de la coordination institutionnelle régionale de la gestion des risques. Il vise à atteindre **4 objectifs principaux** : (i) Renforcer la coordination régionale et les cadres législatifs en matière de gestion des catastrophes ; (ii) Se préparer, anticiper et répondre aux catastrophes et aux crises avec des mesures de préparation plus éco-responsables, inclusives et durables. (iii) ; Améliorer l'information, la sensibilisation et la préparation des citoyens aux catastrophes et aux crises ; (iv) Élaborer des études techniques et des recherches sur la gestion des catastrophes avec des experts et des acteurs universitaires.

Le programme READY 360°/3 Océans s'inscrit plus largement dans le **projet 3 Océans** financé par l'AFD et porté collectivement par l'ensemble des Plateformes d'Intervention Régionale (PIR) de la Croix-Rouge française. Ce projet a pour objectif principal de réduire l'impact des catastrophes, des crises sanitaires et des effets du changement climatique sur les populations des trois bassins océaniques couverts par les PIR (Amériques-Caraïbes, Océan Indien, Pacifique Sud).

Les partenaires institutionnels du programme sont l'**Organisation des Etats de la Caraïbe Orientale (OECS)** et la **CDEMA (Caribbean Disaster Emergency Management Agency)** et les **Sociétés Nationales de la Croix-Rouge sur 8 territoires caribéens** sont impliqués dans le programme : Antigua & Barbuda, Dominique, Grenade, Guadeloupe, Martinique, Saint-Kitts-&-Nevis, Sainte-Lucie, Saint-Vincent-&-les-Grenadines.

1.3. La campagne régionale de sensibilisation

L'un des principaux résultats du programme READY 360° consiste à sensibiliser les populations caribéennes aux risques de catastrophes et aux effets du changement climatique par le biais d'une **campagne régionale de sensibilisation** grand public. Cette campagne met l'accent sur le rôle du citoyen dans sa préparation et sa sécurité. Les messages abordent des thèmes variés et sont diffusés à grande échelle via divers supports médiatiques.

2. OBJECTIFS DE LA PRESTATION

2.1. Objectif général

L'objectif principale de la prestation est de maximiser la visibilité de la campagne de sensibilisation en assurant une diffusion stratégique des contenus auprès du grand public, en particulier les cellules familiales, par le biais de médias numériques et participatifs (ex. achat d'espaces publicitaires sur les réseaux sociaux, challenge viral et communiqué de presse)

2.2. Objectifs spécifiques de la prestation

Plus précisément, la prestation consistera en la réalisation de :

- La transmission des messages de sensibilisation à travers des canaux adaptés, afin de toucher un large public.
- La promotion de la participation des citoyens grâce à des initiatives interactives comme le challenge viral, pour encourager l'adoption de comportements proactifs face aux risques naturels et au changement climatique.

2.3. Public et territoires ciblés pour la prestation

La prestation ne cible pas de public précis, dans le sens où la campagne régionale sera diffusée largement, et auprès de la population caribéenne. Les supports seront principalement destinés à un public souhaitant s'informer.

Les territoires visés pour la réalisation de cette prestation sont les suivants : Antigua & Barbuda, Dominique, Grenade, Guadeloupe, Martinique, Saint-Kitts-&-Nevis, Sainte-Lucie, Saint-Vincent-&-les-Grenadines.

2.4. Modalités de travail

De façon générale, le prestataire bénéficiera de l'appui technique de la Croix-Rouge française qui fournira tout le contenu technique. L'équipe projet de la PIRAC se compose de la Chargée d'activités RRC, de la Responsable des projets régionaux, et de la Coordinatrice Programmes.

Une réunion de cadrage sera organisée entre l'équipe de la PIRAC et le prestataire au début de la mission afin de confirmer les spécificités et le calendrier des livrables attendus. Cette réunion pourra se dérouler à distance ou en présentiel.

Des échanges réguliers entre le prestataire et la Chargée d'activités RRC permettront de valider le contenu général de la prestation au fil de l'eau. Des versions préliminaires de chaque livrable seront soumises à la PIRAC pour commentaires et suggestions qui devront être intégrés dans les versions finales de chaque livrable. Le temps de validation est à inclure dans le calendrier pour revue avant soumission de la version finale.

Des révisions pourront ainsi être demandées au prestataire et sont à prévoir dans la méthodologie et le budget initial.

La Responsable des projets régionaux, et la Coordinatrice Programmes seront impliquées dans le processus de validation des livrables finaux.

Les éléments suivants devront également être pris en compte impérativement :

- Les supports devront être inclusifs et adaptés aux spécificités des différents groupes ciblés par la campagne : adolescents, jeunes adultes, adultes, seniors, aidants, personnes en situation de handicap.
- Tous les livrables doivent respecter les directives de communication du programme READY 360°
- Les livrables devront être en cohérence avec la charte graphique de la campagne, du programme READY 360°/3 Océans, de la Croix-Rouge française et des exigences de visibilité des partenaires financiers (Interreg Caraïbes, l'AFD et CMA CGM).

2.5. Engagement du prestataire

Le prestataire peut déléguer une partie de la mission au sein de son équipe ou au collaborateur de son choix, mais il demeure la seule autorité hiérarchique et disciplinaire concernant les membres de son équipe, et doit s'assurer de la qualité des livrables fournis.

Le prestataire s'engage au respect des clauses suivantes :

- Clauses déontologiques et des principes fondateurs de la Croix-Rouge française
- Règles de droit à l'image et respect de la vie privée

3. CONFIDENTIALITÉ

Les créations visuelles et tout autre élément produit lors de cette prestation seront la propriété de la Croix-Rouge française et ne pourront être diffusés par le prestataire sans l'accord préalable de la Croix-Rouge française.

4. LIVRABLES

Relation presse

- Diffusion de 4 communiqués de presse rédigés au préalable par la PIRAC, et suivi des retombées de presse.
- La diffusion de communiqués de presse aura lieu en avril 2025, en octobre 2025, en avril 2026 et en octobre 2026.

Promotion digitale

- Organisation d'une campagne publicitaire ciblée pour assurer la visibilité des contenus audiovisuels (22 vidéos courtes) et des supports graphiques (12 infographies) sur les réseaux sociaux comme Facebook, Instagram, YouTube, et LinkedIn.
- Achat d'espace publicitaire pour le boost des 10 infographies et 22 vidéos en forme de post sur les réseaux sociaux.
- La promotion digitale aura lieu mensuellement entre avril 2025 et octobre 2026.

Challenge viral (optionnel)

La PIRAC souhaite mettre en place une initiative interactive pour motiver et engager le grand public sur une thématique spécifique : la préparation du kit d'urgence.

Pour se faire, le/la prestataire doit proposer la mise en œuvre d'un challenge viral simple à comprendre, et facile à reproduire, via un réseau social, et pourquoi pas en mobilisant un "ambassadeur" pour une participation massive.

5. CALENDRIER DE RÉALISATION

La prestation devra démarrer le 03 Mars 2025 et avec une fin de mission prévue le 15 Octobre 2026. Les dates du calendrier et les livrables sont susceptibles d'être modifiés

Livable	2025										2026									
	Avr	Mai	Juin	Juil	Août	Set	Oct	Nov	Déc	Jan	Fév	Mar	Avr	Mai	Juin	Juil	Août	Set	Oct	
Relation presse	x						x						x						x	
Promotion digital	x		x	x	x	x	x	x		x	x	x	x						x	
Challenge viral	x																			

6. BUDGET

Le montant global estimé pour cette prestation est proposé par le prestataire et ne devra pas excéder les 17 000 EUR. Le prestataire retenu prendra en charge tous les frais nécessaires à l'accomplissement de sa mission. Il est sollicité de faire une budgétisation détaillée par livrable.

Le budget devra mettre en évidence les éléments suivants :

- Expertise en hommes/jours
- Coûts unitaires par livrables
- Traduction

Le versement s'effectuera sur présentation de factures : 30% à la signature du contrat, 40% à la remise de livrables pour le mois d'août 2025, et 30% à la remise à la fin de la prestation.

7. TRAITEMENT D'OFFRES

7.1 Profil du/des consultant.e.s

- Formation académique dans les domaines suivants : communication, marketing, publicité, relations publiques ou journalisme.
- Expérience confirmée (3 à 5 ans minimum) dans la gestion de campagnes de communication ou de sensibilisation, dans la réalisation de projets similaires (diffusion de communiqués de presse auprès des médias locaux et internationaux, gestion de campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux, lancement et animation de challenges viraux ou campagnes participatives en ligne.
- Expertise technique dans les relations médias, le marketing digital, le community engagement et la gestion de budgets pour l'achat des espaces publics.
- Capacité à travailler dans des délais courts, réactivité et flexibilité.

- Bonnes aptitudes d'analyse et reporting.
- Connaissance des normes d'accessibilité pour les communications.
- Expérience dans des contextes multiculturels : idéalement dans la région caribéenne ou dans des environnements insulaires.
- Maîtrise orale et écrite de l'anglais et français.
- Une expérience avec le Mouvement de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, et/ou l'un de nos partenaires est un atout.

7.2 Critères d'évaluation des offres

- Évaluation qualité/coût : pondération note technique (70%) / note financière (30%)
- Compétences, expériences et expertises du prestataire
- Capacités pour réaliser la prestation dans les délais et disponibilité sur la période requise
- Compréhension et l'interprétation des termes de références (méthodologie et planning de travail proposés au regard des objectifs à atteindre)
- Qualité et pertinence du portfolio
- Cohérence et pertinence de l'offre financière
- Développement durable dans la réalisation du service (dimension sociale, environnementale)
- Approche inclusive (insertion professionnelle des personnes en situation de handicap et design inclusif)

8. OFFRE ET DATE LIMITE DE SOUMISSION

Les prestataires intéressés sont priés de faire parvenir leur offre **datée et signée** au format PDF non modifiable (maximum 25Mo), comprenant deux documents ou dossiers distincts :

1. Une proposition technique comprenant la méthodologie proposée, une proposition de calendrier d'exécution (avec les temps de validation inclut), un portfolio de projets similaires réalisés, un CV détaillé des membres de l'équipe affectés à la mission ainsi que les clauses éthiques et intégrité signées
2. Une proposition financière comprenant un devis visant à détailler financièrement les coûts de réalisation de la mission décrite ci-dessus incluant les prix unitaires et/ou honoraires en jour/homme TTC et les conditions de paiement.

Le prestataire doit apporter la preuve, au moment de la soumission, de la régularité de son activité économique (documents fiscaux, immatriculation, inscription comme travailleur indépendant – en fonction du pays de référence où il est établi).

Le prestataire devra soumettre la politique RSE (Responsabilité Sociale et Environnementale) de son entreprise/organisation, le cas échéant.

Les offres doivent être envoyées par mail, avec la référence **PF272_ABY_ABY_2025_0003**, d'ici le **11 février 2025** à 8 :00 GMT-4 à :

- stephanie.rene@croix-rouge.fr
- luciatrinidad.aliaga@croix-rouge.fr
- cc: achat.pirac@croix-rouge.fr

9. Annexes

- Clause déontologique CRF à dater et signer
- Clause intégrité AFD à dater et signer