Termes de Référence

Evaluation campagne de sensibilisation

Programme READY 360°

Interreg Caraïbes

Co-funded by the European Union
Cofinancé par L'Union Européenne

Ready 360°

In partnership with
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
AFD

FONDATION CMA CGM

FRENCH RED CROSS
PIRAC

IFRC

ECS

CDEMA
CARIBBEAN DISASTER EMERGENCY MANAGEMENT AGENCY
Resilient States - Safer Lives

GÉNÉRALITÉS

Code Projet CRF et titre du projet	Ready 360 Phase 2 - PF272
Intitulé de l'activité	Mise en place des actions de la campagne régionale de sensibilisation aux risques et au changement climatique
Localisation de l'activité	N/A
Responsables de l'activité (Nom et Fonction)	Julie Oddon, Chargée qualité opérationnelle des projets régionaux
Période prévue / Dates prévues	Mars - Avril 2027
Personnes ressources (Nom et Fonction)	Sandrine Désiré, Cheffe des projets régionaux Emmeline Da Silva, Responsable Communication

CONTEXTE ET PRESENTATION DE L'ACTIVITE

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.

Le projet: Ready 360 Phase 2

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 implique 8 territoires caribéens: Antigua & Barbuda, Dominique, Grenade, Guadeloupe, Martinique, Saint-Kitts & Nevis, Sainte-Lucie et Saint-Vincent & les Grenadines.

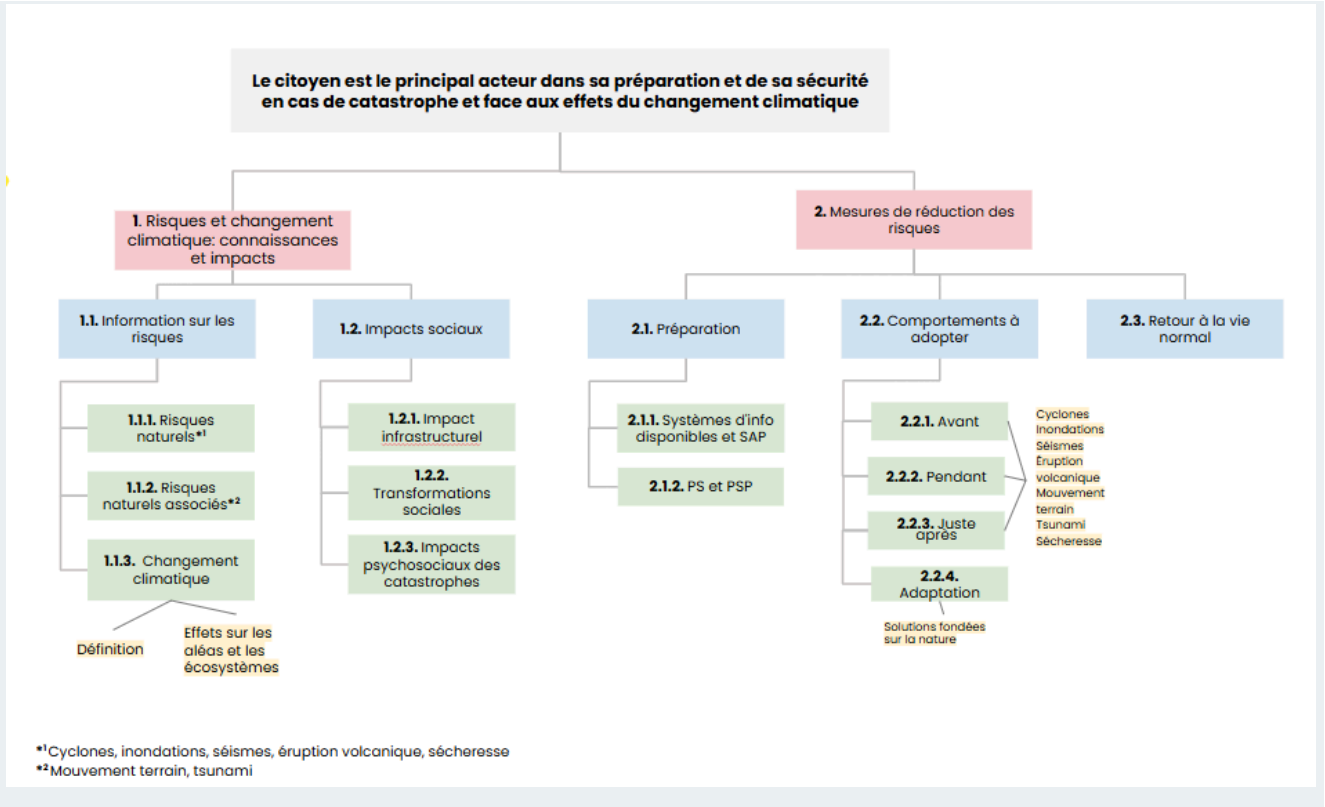
L'activité : Campagne régionale de sensibilisation

Cette activité s'inscrit dans les cadres suivants:

Objectif général	Renforcer la résilience des populations face aux catastrophes et crises et aux effets du changement climatique dans la Caraïbe
Objectif spécifique	Développer les capacités de prévention, préparation et de réponses des territoires caribéens à se prémunir et à surmonter les risques naturels par une approche visant la mutualisation des capacités régionales et nationales pour faire face aux catastrophes et aux effets du changement climatique
Résultat	Résultat 3: Les citoyens et citoyennes caribéens accentuent leur autodétermination comme acteurs de leur propre résilience, grâce à une meilleure information, sensibilisation et préparation aux catastrophes et crises. WP4: Développement de la culture du risques du citoyen, des citoyennes et des entrepreneurs visant à renforcer leurs capacités de préparation et de résilience WP4.1: Mise en place actions régionales communes en matière d'information et de sensibilisation aux risques des populations locales

L'un des principaux résultats du programme READY 360° phase 2 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. Par grand public, la PIRAC entend cibler les adultes, jeunes adultes, adolescents, enfants, seniors, aidants et personnes en situation de handicap.

Les messages abordent les risques spécifiques à la Caraïbe:



Les risques abordés sont : ouragans, inondations, séismes, éruptions volcaniques, sécheresse, mouvements de terrain, tsunamis, impacts climatiques sur les écosystèmes.

Ces éléments sont diffusés à grande échelle via divers canaux : Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, LinkedIn,, site de la PIRAC avec sponsorisation, display, portail caribbean-risks, affichage public et événement communautaire. La campagne, essentiellement digitale, mobilise différents formats: infographies, vidéos animées, témoignages, chanson et clip vidéo. La campagne comprend également une partie print avec la création d'affiches et de livrets.

Voici les publications qui ont été réalisées:

- Ouragan: 1 infographie, 1 vidéo, 1 affiche
- Kit d'urgence: 1 infographie, 1 affiche
- Inondation: 1 infographie, 1 vidéo, 1 affiche
- Tsunami: 1 infographie, 1 affiche
- Séisme: 1 infographie, 2 vidéos, 1 affiche
- 1ers secours: 3 vidéos
- Impacts sociaux & retour à la vie normale: 1 infographie, 1 vidéo, 1 livret
- Mouvement de terrain: 1 infographie, 1 affiche
- Sécheresse: 1 infographie, 1 affiche
- Eruption volcanique: 1 infographie, 1 vidéo, 1 affiche
- Changement climatique: 1 infographie, 1 affiche
- SAP : 1 vidéo
- 1 chanson
- 1 clip chorégraphié
- Challenge viral
- Spots radio et tv
- Création d'une page dédiée sur le site de la PIRAC en FR et EN

La campagne régionale de sensibilisation s'est déroulée en plusieurs étapes:

- Définition de la campagne (2023 - 2025)

Plusieurs études ont été menées, notamment sur l'accessibilité avec les personnes en situation de handicap. Un atelier avec les points focaux des Sociétés Nationales s'est tenu à Saint-Martin en novembre 2023, avec pour objectif de mobiliser les sociétés nationales partenaires et d'impliquer leurs points focaux dans cette campagne. Plus précisément, il s'agissait de planifier le travail qui sera conduit avec elles, en particulier dans la phase de préparation et de construction mais aussi d'identifier les moyens de collaboration.

La PIRAC a ensuite défini les éléments suivants:

- ❖ La méthodologie: elle détaille la cible, les thèmes, les caractéristiques, les informations nécessaires pour élaborer les messages, la collaboration avec les partenaires, les moyens de diffusion des messages, la sélection des activités et la définition des indicateurs de suivi.
- ❖ La stratégie de communication détaille les cibles, le type de campagne, le ton souhaité, l'accessibilité, l'adaptabilité au contexte caribbéen, le modèle AIDA et les outils. Elle a été réfléchie avec les points focaux des partenaires.
- ❖ L'identité visuelle: un nom, un slogan, un logo et une charte graphique.

- Construction de la campagne (2024-2026)

Mobilisation des partenaires: une première phase de mobilisation a eu lieu autour de la JIRRC, le 13 octobre 2024. Les sociétés nationales ont été invitées à faire partie du comité éditorial.

Co-création de messages: les messages pour chaque aléa ont été co-construits avec un comité technique.

Création de supports: ces derniers ont été créés par un prestataire et devaient prendre en compte les spécificités des 8 territoires et de la population.

- Diffusion de la campagne (2025-2027)

Lancement: la campagne a été lancée en juin 2025 et doit se terminer en février 2027.

Dissémination de message : les supports ont été diffusés sur les les canaux précédemment mentionnés de juin 2025 à octobre 2026.

Clôture: un atelier de fin de campagne sera intégré à l'atelier de fin de projet.

La campagne régionale de sensibilisation touchant à sa fin, la PIRAC souhaite l'évaluer selon les axes définis dans les sections suivantes.

OBJECTIFS DE L'ÉVALUATION

Objectif général

L'objectif général de l'évaluation est le suivant:

- Évaluer la pertinence, la portée et l'efficacité de la campagne régionale de sensibilisation, afin d'identifier les principaux résultats obtenus, les facteurs ayant favorisé ou limité sa

performance, les enseignements tirés de sa conception et de sa mise en œuvre, et de formuler des recommandations.

Questions évaluatives

- Pertinence
    - Les messages et supports correspondent-ils aux besoins/risques réels des 8 territoires et aux caractéristiques du public cible (grand public y compris personnes en situation de handicap, seniors, aidants) ?
    - La stratégie et le choix des canaux étaient-ils adaptés au contexte caribéen, notamment en termes d'accessibilité ?
- Efficacité
    - Les publics touchés ont-ils compris les messages ?
    - La campagne a-t-elle renforcé les connaissances ou l'intention d'adopter des comportements de prévention ?
    - La stratégie a-t-elle été mise en œuvre comme prévu, et ajustée quand cela s'est avéré nécessaire ?
- Portée
    - Combien de personnes ont été effectivement exposées à la campagne (exposition numérique, puisque les supports ont été diffusés principalement via des canaux numériques), et cette exposition correspond-elle à la cible visée (répartition par territoire, par tranche d'âge selon le canal/support) ?
    - Les partenaires (Croix-Rouge, OECS et CDEMA) ont-ils relayés la campagne comme prévu ?

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE DE L'ACTIVITÉ

Il est attendu de l'évaluateur/trice qu'il/elle propose une méthodologie détaillée permettant de répondre aux questions évaluatives. L'approche proposée devra privilégier une combinaison de méthodes quantitatives et qualitatives et assurer, dans la mesure du possible, la triangulation des différentes sources de données.

La méthodologie doit inclure sans s'y limiter:

- Une analyse documentaire
- L'analyse des statistiques de diffusion et d'engagement
- Des entretiens avec les partenaires opérationnels et les bénéficiaires

Dans la mesure où les données disponibles le permettent, l'évaluation devra analyser les résultats de manière différenciée selon les territoires, les catégories de publics cibles, les canaux de diffusion et les types de supports/contenus. Une attention particulière sera portée à l'accessibilité et à l'atteinte des publics spécifiques, notamment les personnes en situation de handicap, les seniors et les aidants. L'évaluateur/trice devra également présenter les limites méthodologiques de l'évaluation.

DÉROULEMENT DE L'ACTIVITÉ / CHRONOGRAMME

L'évaluation devra se tenir entre mars et avril 2027. Le rapport final est attendu mi avril 2027.

LIVRABLES

- 1 note méthodologique incluant une matrice d'évaluation
- 1 calendrier indicatif
- 1 proposition budgétaire
- 1 rapport provisoire
- 1 rapport final incluant des recommandations

TRAITEMENT DES OFFRES

Profil de l'évaluateur/trice

- Expérience dans l'évaluation d'activités de sensibilisation grand public
- Expérience dans la Caraïbe et en gestion des risques de catastrophes
- Maîtrise des analyses qualitatives et quantitatives
- Maîtrise des analyses de KPI

Critères d'évaluation des offres

- Expertise du prestataire
- Adéquation entre la proposition technique et les termes de référence
- Qualité et pertinence du portfolio avec les termes de référence
- Expérience du prestataire dans les territoires couverts par le programme et capacités de mobilité rapide de déplacements
- Disponibilité du prestataire sur la durée proposée dans les termes de référence
- Offre financière

Clauses administratives

- 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 doit seul fournir les moyens nécessaires à l'accomplissement de sa mission qu'ils soient matériels ou humains (billets d'avion, ordinateur, assurances).
- 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 ses salariés.

Offre et date limite de soumission

L'offre inclura :

- Une proposition technique comprenant la méthodologie proposée ainsi qu'un chronogramme indicatif.
- Une proposition financière incluant les prix unitaires.
- Un CV détaillé du/de la/des consultants de l'équipe.
- La liste et contacts des références techniques pertinentes.
- Charte CRF signée

L'offre doit être envoyée avec la mention "PF272 ABY ABY 2026 0180" d'ici le 30 novembre 2026 à aux adresses suivantes : julie.oddon@croix-rouge.fr, stephanie.rene@croix-rouge.fr et antoine.bouvierkheliff@croix-rouge.fr