Interreg Caraïbes

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

Ready 360°

CROIX-ROUGE FRANÇAISE
PIRAC

NOM DE L'ENTITÉ : C1 PUBLIC,

ÉMETTEUR : Département Communication PIRAC

Direction des Opérations Internationales

DESTINATAIRES : Consultation publique

VERSION : 01 | DATE D'APPLICATION : 09/2026

DATE DE RÉVISION : 06/11/2026

Termes de Référence

PROMOTION ET DIFFUSION DE LA CHANSON ET DU CLIP « Nou Ready » DANS LES CARAÏBES

GÉNÉRALITÉS

Code Projet CRF et titre du projet	PF272 – Ready 360°
Intitulé de l'activité	R3.A3 Diffusion des messages sur les supports ciblés (TV; radio, réseaux sociaux, affichage….) dans le cadre de la création des actions de la campagne dont les messages de sensibilisation et la chanson caribéenne sur la prévention des risques et le changement climatique -
Localité d'activité	8 territoires caribéens : Guadeloupe. Antigua-et-Barbuda ; Dominique ; Grenade ; Martinique ; Guadeloupe ; Saint-Kitts-et-Nevis ; Sainte-Lucie et Saint-Vincent-et-les-Grenadines
Responsables de l'activité (Nom et Fonction) :	Emmeline Da Silva (Responsable communication) et Sandrine Désiré (Cheffe de projets régionaux)
Période prévue / Dates prévues :	De décembre 2026 à mars 2027

Table des matières

Table des matières 1
1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION DE L'ACTIVITÉ 2
1.1 La PIRAC 2
1.2 Le programme READY 360°/3 Océans 3
2. OBJECTIFS DE LA PRESTATION 3
3. ARTICULATION ENTRE RETOMBÉES ÉDITORIALES ET ACHATS D'ESPACES PUBLICITAIRES 4
4. PÉRIMÈTRE GÉOGRAPHIQUE ET ALLOTISSEMENT 4
4. PRESTATIONS ATTENDUES 5
4.1 Élaboration de la stratégie média 5
4.2 Promotion et diffusion radio 5
4.3 Promotion et diffusion TV 5
4.4 Opportunités complémentaires de promotion 6
4.5 Outils de promotion 6
5. BUDGET ET OBJECTIFS DE DIFFUSION 6
6. CALENDRIER PRÉVISIONNEL 6
7. LIVRABLES ATTENDUS 7
8. COORDINATION AVEC LA PIRAC 7
9. PROFIL DU PRESTATAIRE 8
10. CRITÈRES DE SÉLECTION 8
11. PROPRIÉTÉ DES LIVRABLES 9
12. MODALITÉS DE SOUMISSION DES OFFRES 9
13. Écoute de la chanson dans le cadre de la consultation 9
13. DATE LIMITE DE SOUMISSION 10
ANNEXE 10

1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION DE L'ACTIVITÉ

1.1 La PIRAC

Créée en 2005, la PIRAC (Plateforme d'Intervention Régionale Amériques Caraïbes) 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.

1.2 Le programme READY 360°/3 Océans

Le programme **READY 360°/3 Océans** 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'individu et de la famille, à celui des organisations et des entreprises, jusqu'au niveau de la coordination institutionnelle régionale de la gestion des risques.

Les partenaires institutionnels du programme sont l'**Organisation des États de la Caraïbe orientale (OECO)** et la **Caribbean Disaster Emergency Management Agency (CDEMA)**.

Huit territoires caribéens sont impliqués dans le programme :

- Antigua-et-Barbuda ;
- Dominique ;
- Grenade ;
- Guadeloupe ;
- Martinique ;
- Saint-Kitts-et-Nevis ;
- Sainte-Lucie ;
- Saint-Vincent-et-les-Grenadines.

L'un des résultats attendus du programme est de contribuer au développement de la résilience des citoyens et citoyennes caribéens grâce à une meilleure information, sensibilisation et préparation aux catastrophes et aux crises.

Dans ce cadre, plusieurs actions ont été mises en œuvre afin de renforcer la culture du risque et la résilience des populations caribéennes face aux aléas naturels et aux effets du changement climatique en assurant une large diffusion de messages de sensibilisation aux risques naturels et en renforçant la visibilité des outils développés dans le cadre du programme READY 360°/3 Océans.

Parmi ces actions figurent notamment la campagne régionale de sensibilisation **« It's Your Move! »** et le portail régional **Caribbean Risks**.

La campagne *It's Your Move!* s'appuie sur différents supports de sensibilisation, notamment des infographies, des vidéos de témoignage et des affiches, afin de rendre les messages de prévention accessibles et adaptés aux populations caribéennes. Ils sont disponibles en français et en anglais.

Le portail **Caribbean Risks** a été développé comme une ressource régionale de référence destinée au grand public. Il centralise des informations fiables, accessibles et adaptées aux réalités des territoires caribéens afin d'informer, de sensibiliser et de préparer les citoyens et citoyennes face aux principaux risques naturels auxquels ils sont exposés.

Des spots de sensibilisation TV et radio sont également en cours de production et seront diffusés courant novembre/décembre.

1.3 La chanson de sensibilisation

Dans le cadre de la campagne de sensibilisation, une chanson régionale dédiée à la prévention des risques naturels est produite en collaboration avec S.Rise, artiste caribéen (bio en annexe).

Interprétée en anglais, en créole et en français, dans le style dancehall amapiano, la chanson porte des messages autour des risques naturels, de l'importance des communautés, de la préparation et de la nécessité d'agir face aux catastrophes et aux effets du changement climatique. Loin des codes habituels des campagnes de prévention, le titre fait le pari de la création musicale pour faire passer ses messages autrement, à travers une véritable proposition artistique, pensée pour toucher les publics sans prendre la forme d'un discours institutionnel.

Un clip officiel accompagne la sortie du titre, produit par Dimitry Zandronis (bio en annexe).

Une chorégraphie sera également associée à la chanson et s'appuiera sur des collaborations avec des micro-influenceurs et créateurs de contenu caribéens afin de favoriser la diffusion et l'appropriation du morceau sur les réseaux sociaux.

La chanson et son clip constituent des outils de sensibilisation à part entière, conçus pour toucher un public large à travers un format culturel et populaire.

L'objectif de la présente consultation est de donner à cette chanson et à son clip une visibilité maximale dans les médias caribéens, en particulier auprès des radios et chaînes de télévision afin de toucher l'ensemble de la population.

2. OBJECTIFS DE LA PRESTATION

En résumé : obtenir un maximum de passages de la chanson et du clip dans les huit territoires, en privilégiant les diffusions gratuites (earned media), et sécuriser une partie des passages grâce à un budget d'achat dédié.

La prestation devra notamment permettre de :

- Assurer la diffusion de la chanson sur les radios ciblées ;
- Obtenir des passages du clip sur les chaînes de télévision pertinentes ;
- Identifier et mobiliser les programmateurs et diffuseurs susceptibles de relayer spontanément les contenus ;
- Identifier des opportunités complémentaires d'interviews ou de passages de l'artiste et des représentants du projet dans les émissions radio et TV.
- Identifier et développer des partenariats avec des radios et/ou des chaînes de télévision, pouvant notamment inclure un soutien au lancement, une programmation renforcée ou des relais réguliers de la chanson et du clip ;
- Utiliser le budget d'achat pour financer ou soutenir des passages (voir section 6), en complément des démarches de relations médias.

3. ARTICULATION ENTRE RETOMBÉES ÉDITORIALES ET ACHATS D'ESPACES PUBLICITAIRES

La stratégie devra accorder une priorité aux retombées éditoriales et aux diffusions non rémunérées (*earned media*), en s'appuyant sur le réseau et les relations du prestataire avec les médias locaux et régionaux. Cette démarche vise à favoriser l'intégration spontanée de la chanson et du clip dans les programmations radio et télévisées, ainsi qu'à identifier des opportunités de partenariats avec les diffuseurs.

Toutefois, ces retombées dépendant des choix éditoriaux des médias, elles ne peuvent être garanties. Le prestataire devra donc proposer, en complément, une stratégie d'achat d'espaces publicitaires permettant de sécuriser une partie des diffusions et de renforcer la couverture des territoires ciblés.

4. PÉRIMÈTRE GÉOGRAPHIQUE ET ALLOTISSEMENT

La consultation est divisée en deux lots géographiques. Les deux lots comprennent les mêmes prestations et se distinguent uniquement par leur périmètre d'intervention.

LOT 1 – Guadeloupe et Martinique

Le prestataire assurera la promotion et la diffusion de la chanson et du clip en :

- Guadeloupe ;
- Martinique.

LOT 2 – Caraïbe anglophone

Le prestataire assurera la promotion et la diffusion de la chanson et du clip dans les six territoires suivants :

- Antigua-et-Barbuda ;
- Dominique ;
- Grenade ;
- Saint-Kitts-et-Nevis ;
- Sainte-Lucie ;
- Saint-Vincent-et-les-Grenadines.

Les candidats peuvent soumissionner pour un seul lot ou pour les deux lots, sous réserve de démontrer leur capacité à assurer les prestations sur le périmètre géographique concerné.

La couverture de l'ensemble des territoires du lot pour lequel le candidat soumissionne constitue une exigence essentielle.

La sous-traitance et la co-traitance (groupement) sont autorisées, notamment pour couvrir l'ensemble des territoires du Lot 2. L'offre précise alors le mandataire, le rôle de chaque partenaire et les territoires couverts par chacun. Le mandataire reste l'interlocuteur unique de la PIRAC.

5. PRESTATIONS ATTENDUES

Pour chacun des lots, le prestataire devra proposer et mettre en œuvre une stratégie de promotion adaptée au paysage médiatique des territoires concernés.

5.1 Élaboration de la stratégie média

Le prestataire devra :

- Analyser le paysage radiophonique et télévisuel des territoires concernés ;
- Identifier les radios, chaînes de télévision, émissions et programmateurs prioritaires ;
- Définir une stratégie combinant achats d'espaces et démarches auprès des diffuseurs pour obtenir des programmations spontanées ;
- Proposer un calendrier de diffusion adapté à la sortie du titre et du clip ;
- Identifier les opportunités de partenariats ou de collaborations avec les médias.

Une attention particulière sera portée à la capacité du prestataire à mobiliser un réseau de contacts existant auprès des radios et des chaînes de télévision.

5.2 Promotion et diffusion radio

La diffusion radio constitue un axe prioritaire de la prestation.

Le prestataire devra :

- Identifier les radios et chaînes TV pertinentes dans chaque territoire ;
- Négocier des achats d'espaces ou toute autre formule payante permettant de sécuriser la diffusion du titre, selon les pratiques locales de chaque média (voir section 6) ;
- Démarcher les programmateurs et DJ afin de favoriser l'intégration spontanée de la chanson dans les playlists et émissions ;
- Organiser la transmission du titre et des informations nécessaires à sa programmation ;
- Assurer le suivi des diffusions et des relations avec les diffuseurs.

Le candidat devra préciser les radios ciblées, les modalités de diffusion proposées et le volume de passages qu'il estime pouvoir obtenir, en distinguant les diffusions payantes des diffusions éditoriales gratuites. Pour les diffusions gratuites, une estimation argumentée suffit.

5.3 Promotion et diffusion TV

Le prestataire devra :

- Identifier les chaînes et émissions susceptibles de diffuser le clip ;
- Proposer des achats d'espaces ou toute autre formule payante permettant de sécuriser des passages du clip, lorsque cela est pertinent ;
- Démarcher les chaînes et responsables de programmation afin de favoriser des diffusions éditoriales gratuites ;
- Assurer le suivi des diffusions obtenues.

Le candidat devra préciser les chaînes ciblées, les modalités de diffusion et le volume de passages proposé, en distinguant les diffusions payantes des diffusions éditoriales gratuites. Pour les diffusions gratuites, une estimation argumentée suffit.

5.4 Opportunités complémentaires de promotion

Le prestataire devra identifier et proposer des opportunités d'interviews ou de passages de l'artiste, du réalisateur du clip ou de représentants du projet dans des émissions radio et télévisées.

Ces prises de parole viendront compléter la diffusion de la chanson et du clip. Elles permettront notamment de présenter le projet porté par PIRAC, d'expliquer la démarche à l'origine de cette initiative et de sensibiliser le public à l'importance de mieux connaître les risques naturels et les bons réflexes de protection.

Elles pourront également être l'occasion de faire découvrir le portail Caribbean Risks, qui propose une information claire, fiable et actualisée pour aider les populations à mieux comprendre les risques et à s'y préparer.

Les interviews pourront être réalisées à distance. L'artiste, le réalisateur et l'équipe de la PIRAC pourront se déplacer physiquement uniquement en Guadeloupe.

5.5 Outils de promotion

La PIRAC fournira au prestataire les fichiers audio et vidéo finalisés de la chanson et du clip.

Le dossier de presse / EPK sera conçu par la PIRAC. Le prestataire pourra formuler des recommandations afin d'adapter ou d'optimiser cet outil en fonction des attentes des médias ciblés.

Le prestataire pourra formuler des recommandations sur les éléments de présentation complémentaires à transmettre aux médias, ainsi que la transmission de documents tels qu'une lettre de mission.

6. BUDGET ET OBJECTIFS DE DIFFUSION

L'enveloppe budgétaire indicative disponible pour l'achat d'espaces publicitaires est entre **8 000 € et 12000 € pour l'ensemble des deux lots**.

Cette enveloppe est répartie à raison de 60 % pour le Lot 1 (Guadeloupe et Martinique, en raison du coût des médias) et de 40 % pour le Lot 2 (Caraïbe anglophone), soit environ 4 800 à 7 200 € pour le Lot 1 et 3 200 à 4 800 € pour le Lot 2.

Cette enveloppe ne tient pas compte des honoraires du prestataire. Les honoraires ne font l'objet d'aucune enveloppe communiquée : chaque candidat les propose dans son offre financière, de façon distincte du budget d'achat.

Fonctionnement du budget d'achat : le budget d'achat sert à pousser des passages de la chanson et du clip, en complément des diffusions gratuites. Les pratiques de vente varient selon les régies et les médias (spots, sponsoring, programmation payante ou autre formule) : le prestataire propose, pour chaque média, la formule qu'il juge la plus adaptée. Chaque achat devra être justifié par un justificatif de paiement (facture, devis signé ou ordre d'insertion) accompagné d'un relevé ou d'une attestation de diffusion. Le prestataire assurera le paiement des achats.

Les candidats devront privilégier une stratégie permettant de maximiser le nombre de diffusions et la couverture géographique, au regard de la stratégie Earned media et de l'enveloppe disponible.

Les diffusions achetées et les diffusions éditoriales obtenues gratuitement devront être clairement distinguées. Les secondes ne peuvent être garanties, les décisions de programmation relevant des diffuseurs.

7. CALENDRIER PRÉVISIONNEL

La sortie de la chanson et du clip est prévue le **11 janvier 2027**.

Étape	Période prévisionnelle
Cadrage et préparation de la campagne	Décembre 2026 – début janvier 2027
Sortie de la chanson et du clip	11 janvier 2027
Diffusion et promotion principales	Janvier – février 2027
Suivi des diffusions et bilan	Fin février 2027

Le prestataire devra proposer un calendrier opérationnel précisant les périodes de diffusion, les temps forts et les modalités de suivi.

8. LIVRABLES ATTENDUS

Pour chacun des lots, les livrables attendus sont les suivants :

1. Plan média et stratégie de diffusion

- Médias et diffuseurs ciblés par territoire ;
- Répartition proposée entre diffusions éditoriales et achats d'espaces ;
- Volumes de diffusion et budget prévisionnels ;
- Calendrier opérationnel.

2. Suivi de la campagne

- Tableau de suivi des médias contactés et des négociations ;
- Suivi des achats et des programmations obtenues ;
- Relevé des diffusions effectivement réalisées, par média et par territoire.

3. Bilan final

- Bilan des actions menées et des diffusions obtenues ;
- Distinction entre diffusions payantes et gratuites ;
- Volumes de passages réalisés et audiences disponibles ;
- Écarts éventuels entre les diffusions prévues et réalisées.

9. COORDINATION AVEC LA PIRAC

Le prestataire travaillera en lien avec l'équipe communication de la PIRAC.

Il devra notamment :

- Participer à une réunion de cadrage au démarrage de la prestation ;
- Soumettre le plan média et le calendrier à validation ;
- Informer régulièrement la PIRAC de l'avancement des négociations et des diffusions ;
- Signaler rapidement toute difficulté ou modification susceptible d'affecter la campagne ;
- Transmettre les justificatifs de diffusion disponibles.

La PIRAC assurera la coordination générale de la prestation et restera le point de contact pour les validations et arbitrages.

10. PROFIL DU PRESTATAIRE

Le prestataire devra disposer :

- D'une expérience démontrée en promotion musicale et/ou en planification et achat d'espaces médias ;
- D'un réseau établi auprès des radios, programmateurs et chaînes de télévision des territoires concernés ;
- D'une bonne connaissance du paysage médiatique local ;
- D'une capacité à négocier des conditions de diffusion et à obtenir des programmations éditoriales ;
- D'une capacité à travailler en français et/ou en anglais selon le lot concerné.

Pour le Lot 2, une connaissance des six territoires anglophones concernés et la capacité à mobiliser un réseau régional seront particulièrement appréciées. Ces compétences peuvent être réunies par un groupement ou par le recours à des sous-traitants (voir section 4).

11. CRITÈRES DE SÉLECTION

Critères	Pondération indicative
Pertinence de la stratégie et compréhension des objectifs	30 %
Expérience et références en promotion musicale et diffusion média	15 %
Qualité et étendue du réseau de médias et programmateurs mobilisable	15 %
Calendrier	10%

Prix / rapport qualité-coût	30 %
TOTAL	**100 %**

La qualité du réseau sera appréciée au regard des médias et programmateurs effectivement accessibles au prestataire, et non uniquement du nombre de contacts revendiqués.

12. PROPRIÉTÉ DES LIVRABLES

Les documents, outils et livrables produits dans le cadre de la prestation pourront être utilisés par le programme READY 360° / 3 Océans et ses partenaires dans le cadre de leurs actions de communication et de sensibilisation.

Les droits relatifs à la chanson, au clip et aux contenus associés sont encadrés par les contrats conclus avec les différents ayants droit. Le prestataire devra respecter les conditions d'utilisation et de diffusion qui lui seront communiquées par la PIRAC.

13. MODALITÉS DE SOUMISSION DES OFFRES

Les candidats devront transmettre une offre comprenant :

- Présentation du prestataire (tableau 1)
- Présentation de la structure et de l'équipe mobilisée (tableau 1) ;
- Deux à trois références pertinentes en promotion musicale et diffusion média (tableau 1) ;
- Expérience sur le ou les territoires concernés ;
- Présentation du réseau de médias et programmateurs mobilisable (tableau 2).

Pour faciliter votre réponse, vous pouvez utiliser ces tableaux :

Tableau 1

Rubrique	**Réponse**
Nom de la structure et lot(s) visé(s)	…
Mandataire, co-traitants et sous-traitants (nom, rôle, territoires)	…
Équipe mobilisée (noms et fonctions)	…
Références pertinentes (2 à 3 : client, année, résultat en une ligne)	…

Tableau 2

Territoire	**Radios et TV visées**	**Lien avec le média (contact direct, via partenaire, aucun)**	**Passages gratuits estimés**	**Passages payants proposés**	**Coût estimé (€)**

...	...	...	...	...	...

Proposition technique

- La méthodologie envisagée pour privilégier les démarches de relations médias et obtenir des diffusions éditoriales non rémunérées, avant de mobiliser, si nécessaire, des achats d'espaces publicitaires complémentaires ;
- Les médias et diffuseurs ciblés par territoire, ainsi que les volumes de diffusion estimés, en distinguant les retombées éditoriales recherchées des passages pouvant être garantis par l'achat d'espaces ;
- Les modalités d'ajustement de la stratégie d'achat en fonction des retours des médias et des opportunités de diffusion éditoriale identifiées ;
- Le budget prévisionnel des achats d'espaces envisagés.
- Calendrier opérationnel ;
- Modalités de suivi et de reporting.

Offre financière

- Décomposition des honoraires et frais de prestation ;
- Budget consacré aux achats d'espaces radio et TV ;
- Coûts et volumes de diffusion par territoire et par média ;
- Montant total proposé.

Les candidats soumissionnant aux deux lots devront présenter une offre financière distincte pour chaque lot, en précisant la répartition de l'enveloppe globale disponible.

14. ÉCOUTE DE LA CHANSON DANS LE CADRE DE LA CONSULTATION

Le titre n'étant pas encore déposé auprès de la SACEM, il ne peut être diffusé librement. Pour permettre de répondre sans attendre l'écoute, les informations nécessaires à l'appréciation du titre figurent en section 1.3 et en Annexe 1 (biographies).

La chanson pourra être communiquée aux candidats qui souhaitent en prendre connaissance avant de soumettre leur proposition technique, afin qu'ils puissent apprécier le titre et évaluer leur intérêt et leur capacité à en assurer la promotion auprès des médias.

Pour accéder au titre, les candidats devront en faire la demande par mail auprès de la PIRAC, accompagnée de l'accord de confidentialité joint en annexe au présent cahier des charges, dûment complété et signé (signature électronique autorisée).

Le titre est communiqué exclusivement à des fins d'écoute dans le cadre de la présente consultation. Toute diffusion, reproduction ou transmission à des tiers est interdite.

15. DATE LIMITE DE SOUMISSION

L'offre doit être envoyée avec la mention :

L'offre doit être envoyée avec la mention "PF272_ABY_ABY_2026_0166 RP_Chanson" d'ici le **30/11/2026** à 12h00 - Guadeloupe (UTC−4) accompagnée des documents administratifs suivants :

- Kbis
- Attestation fiscale
- Attestation URSAFF

aux adresses suivantes :

- Séverine Couchy, Acheteuse : severine.couchy@croix-rouge.fr :
- Copie: Emmeline Da Silva Responsable de communication : emmeline.dasilva@croix-rouge.fr, et Sandrine Désiré, Cheffe de projets régionaux: sandrine.desire@croix-rouge.fr

ANNEXE 1



Né en Guadeloupe et façonné par Londres et la Jamaïque, **S.RISE** est un artiste reggae-dancehall, auteur-compositeur et producteur exécutif. Sa musique relie la Caraïbe, le Royaume-Uni et la diaspora, portée par l'amour, l'espoir et l'élévation. Il chante principalement en anglais, mêlant naturellement français et créole.

En 2013, son titre « Most High » paraît sur le Dreamland Riddim (Ajang Music), aux côtés de figures majeures du reggae telles que Capleton, Sizzla, Frankie Paul et Lutan Fyah.

Finaliste du Reggae Star Factor 2020 à Londres, S.RISE remporte le Next Up Challenge en 2025. En avril de la même année, il se produit au Janga's Soundbar à Kingston et mène une immersion professionnelle à l'Edna Manley College of the Visual and Performing Arts. De retour en Guadeloupe, il partage l'affiche avec Warped, puis se produit au BIMA Music Day en juin 2026.

En 2026, la Croix-Rouge française le choisit pour composer et interpréter une chanson originale de sensibilisation aux risques naturels et au changement climatique. Loin des codes habituels des campagnes de prévention, le titre fait le pari de la création musicale pour faire passer ses messages autrement, à travers une véritable proposition artistique, pensée pour toucher les publics sans prendre la forme d'un discours institutionnel. Déployée dans huit territoires francophones et anglophones de la Caraïbe, la chanson sera accompagnée d'un clip tourné dans la région.

Sur scène, son parcours s'étend de l'Europe à la Caraïbe et à l'Afrique : Notting Hill Carnival, Paname Reggae Festival, Terre de Blues, Gambi Fest, ainsi qu'une performance devant plus de 10 000 personnes lors d'un concert de Sexion d'Assaut en Guadeloupe. Il a partagé l'affiche avec notamment Popcaan, Mavado, Etana, Anthony B, Kalash, Richie Spice, Romain Virgo et Lee « Scratch » Perry.

S.RISE ouvre aujourd'hui un nouveau chapitre avec RISE NATION, une mixtape mixée par DJ Neil (Cashflow Records, Kingston) et attendue le 6 novembre 2026. Elle est construite autour d'une idée qui accompagne son identité depuis le choix même de son nom : continuer à avancer, construire et s'élever sans laisser les circonstances définir la destination. Une résilience tournée vers la lumière, portée par l'ambition, la foi et la gratitude.

Pour S.RISE, RISE n'est pas simplement une idée de réussite. C'est une direction.

Caribbean soul, global vision.



Dimitry Zandronis 53 ans

Réalisateur – Producteur audiovisuel et cinéma et formateur

Fondateur de la société de production Kontras Prod en 2003

Dimitry Zandronis est réalisateur et producteur audiovisuel basé en Guadeloupe. Après des études d'Histoire et de Cinéma à Toulouse, il revient en Guadeloupe en 2001 et fonde en 2003 la société de production Kontras' Prod, spécialisée dans le documentaire et les formes audiovisuelles à forte dimension sociale, culturelle et humaine. Son travail s'inscrit dans une démarche de documentaire de création, qu'il définit comme une poétique documentaire, mêlant observation du réel, narration sensible et, selon les projets, des formes hybrides empruntant à la fiction ou à l'animation.

Il réalise notamment en 2011 un documentaire consacré à Maryse Condé, puis une série de dix documentaires sur le Gwoka, incluant un épisode consacré aux tambours créoles de Guyane. Ces œuvres participent à la valorisation des cultures caribéennes et à la transmission des mémoires.

Travail avec les jeunes et projets à dimension sociale Une part essentielle de son parcours est consacrée au travail avec des jeunes, notamment dans des contextes éducatifs, sociaux ou d'insertion. En 2018, il réalise Dèyè mas la, diffusé sur Canal+ Antilles, un documentaire entièrement conçu, tourné et monté avec des jeunes dans le cadre d'un chantier d'insertion porté par l'association Tout est Possible de Daly. Cette collaboration se prolonge en 2019 avec Vidé, une immersion dans le carnaval martiniquais, également diffusée sur Canal+, réalisée avec les mêmes jeunes.

Ces expériences constituent le socle de sa pratique :

• temps long,

• pédagogie par la pratique,

• respect des personnes filmées,

• responsabilisation des jeunes dans le processus de création.

Parcours télévisuel et références institutionnelles

Avec Barbara Olivier-Zandronis, il co-réalise et co-écrit plusieurs documentaires diffusés sur des chaînes publiques nationales, dont Martinique, l'île des aînés (2020) et Parents Potomitan (2021).

À partir de 2022, il développe également des projets de fiction pour la télévision, notamment pour France Télévisions et Canal+ tels WISH (co-scénariste et coréalisateur de la série de Julien Dalle).

En 2024, il réalise Le 4e Pouvoir en Guadeloupe, un documentaire consacré aux médias et au journalisme, diffusé sur Canal+.

Positionnement professionnel

L'ensemble de son parcours témoigne d'un engagement constant pour un audiovisuel responsable, attentif aux parcours de vie, aux trajectoires fragiles et aux enjeux sociaux contemporains.

Ses projets privilégient une approche non stigmatisante, respectueuse des cadres institutionnels, et fondée sur la confiance, l'écoute et la co-construction avec les publics concernés.

Annexe 2

ACCORD DE CONFIDENTIALITÉ

ENTRE

La PIRAC- Croix-Rouge française

Association 1901 reconnue d'utilité publique

Dont le siège social est situé 98 rue Didot – 75014 Paris

Représenté par Monsieur Jérémie Sibeoni,

En qualité de Chef de délégation dûment habilité à cet effet

Ci-après dénommée « la CRf»

D'une part,

Et,

La société **xxx**

Au capital de **xxx** € euros €

Dont le siège social est situé **xxx**

Sous le numéro **xxx**

Représentée par **xxx**, en qualité de Directeur de **xxx,** dûment habilité à cet effet.

Ci-après dénommée « Le Partenaire »

D'autre part,

Ci-après individuellement désignées « la Partie » et collectivement désignés « les Parties »

Il a été préalablement exposé ce qui suit :

La CRf, association loi 1901 reconnue d'utilité publique ; partie intégrante du mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, souhaite passer un accord relatif **à l'ensemble des prestations nécessaires pour assurer le déploiement et la mise en images de la stratégie de communication de la Croix-Rouge française** (Ci-après « les Prestations »).

Dans le cadre de la réponse de la société à cette sollicitation, les Parties ont convenu de partager certaines informations à caractère confidentiel.

Ceci exposé, il a été convenu et arrêté ce qui suit :

1. Le présent Accord a pour objet de définir les conditions et les modalités d'échange des Informations Confidentielles entre les Parties relatives à la réponse à la sollicitation et aux Prestations et de fixer les règles relatives à leur utilisation et leur protection.

Aucune disposition de cet Accord ne peut être interprétée comme obligeant les Parties à divulguer des informations ou à se lier contractuellement dans l'avenir.

2. Les Parties reconnaissent que les Informations Confidentielles transmises entre elles le seront dans le cadre de la réponse à la sollicitation ou des Prestations, à l'exclusion de toute autre utilisation, directe ou indirecte.

Les Parties conviennent que sont confidentielles toutes informations divulguées entre elles (ci-après dénommées "Informations Confidentielles"), quels qu'en soient l'objet (technique, industriel, financier, commercial ...), la nature (savoir-faire, méthodes, procédés détails techniques et d'installation, bases de données ...), le support (documents écrits ou imprimés, CD Rom, disquettes informatiques, échantillons, dessins ...), et le mode de transmission (écrit, oral, informatique y compris réseaux et/ou messageries électroniques).

L'obligation de confidentialité à laquelle s'engagent les Parties vise toutes les informations fournies dans le cadre de la sollicitation et de ses suites et conséquences, et notamment mais non exclusivement, celles désignées sur leur contenant ou leur contenu par une mention "Informations Confidentielles" ou "Confidentiel" ou de toute autre mention appropriée, celles transmises par oral et consignées dans des documents relatifs aux négociations intervenues entre les parties tels que des correspondances ou des comptes rendus de réunion.

3. Chaque Partie s'engage, à compter de la date de réception des Informations Confidentielles, et jusqu'à la fin d'une période de cinq (5) ans à compter de l'expiration du présent Accord, et sauf disposition spécifique mentionnée sur les Informations Confidentielles, à ce qu'elles :

- soient protégées et gardées strictement confidentielles et soient traitées avec le même degré de précaution et de protection qu'elle accorde à ses propres Informations Confidentielles de même importance ;

- ne soient pas utilisées, totalement ou partiellement à d'autres fins que la réponse à la sollicitation et les Prestations, sans le consentement préalable et écrit de l'autre Partie ;

- ne soient divulguées, ni susceptibles d'être divulguées, soit directement, soit indirectement, à tous tiers notamment aux sous-traitants, sans l'autorisation préalable et écrite de l'autre Partie et à la condition que le tiers bénéficiaire s'engage au préalable à respecter les stipulations du présent accord de confidentialité,

- ne soient ni copiées, ni reproduites, ni dupliquées totalement ou partiellement sans l'autorisation préalable et écrite de l'autre Partie.

Les Parties pour l'exécution de la présente clause répondent de leur personnel, leurs préposés et leurs sous-traitants comme d'elles-mêmes. Les Parties déclarent avoir pris ou s'engagent à prendre les mesures nécessaires auprès de leur personnel, préposés et sous-traitants respectifs afin de respecter les engagements pris au titre du présent Accord.

Dans l'hypothèse où la loi ou toute autorité réglementaire habilitée réclamerait à l'une des Parties certaines Informations Confidentielles, celle-ci informera immédiatement l'autre Partie. En tout état de cause, les Parties s'engagent, dans une telle hypothèse, à ne communiquer strictement que les Informations Confidentielles qu'elles seraient légalement contraintes de divulguer.

En cas de perte par une Partie de documents, objets ou supports contenant des Informations Confidentielles, celle-ci devra en informer immédiatement et par écrit l'autre Partie.

4. Ne sont toutefois pas tenues pour confidentielles les informations :

- qui sont actuellement ou qui tomberont dans le domaine public,

- qui sont déjà, avant leur communication, licitement en possession de la Partie récipiendaire,

- qui sont ou ont été licitement communiquées par un tiers à la Partie récipiendaire,

- qui sont ou ont été développées par la Partie récipiendaire, indépendamment de l'autre Partie,

- qui ont été demandées dans le cadre d'une procédure judiciaire

Le présent article ne peut faire obstacle à l'exercice de leurs droits par les parties.

5. Dans le cadre du présent Accord, chaque Partie s'engage à respecter la réglementation en vigueur applicable au traitement de données à caractère personnel et, en particulier, le règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 et la loi Informatique et libertés du 6 janvier 1978 modifiée.

Chaque Partie garantit qu'elle met en œuvre toutes les mesures nécessaires pour préserver la sécurité, et la confidentialité, de ces données à caractère personnel auxquelles elle pourrait accéder ou qui pourraient lui être communiquées dans le cadre de l'exécution du présent accord.

Aussi, chaque Partie s'engage à prendre toutes les mesures techniques et organisationnelles appropriées, compte tenu de l'état des connaissances, des coûts de mise en œuvre et de la nature, de la portée, du contexte et des finalités des traitements de données à caractère personnel, qui seraient nécessaires au respect par elle-même et par son personnel de ces obligations de sécurité, et notamment à :

- ne pas traiter, consulter lesdites données à caractère personnel à d'autres fins que l'exécution des obligations qui lui incombent au titre du présent accord ;

- prendre toutes précautions utiles afin de préserver la sécurité desdites données à caractère personnel, notamment de veiller à ce qu'elles ne soient pas déformées, endommagées, détruites de manière accidentelle ou illicite, que des tiers non autorisés y aient accès ;

- veiller à ce que les personnes autorisées à traiter les données à caractère personnel soient soumises à une obligation conventionnelle ou légale appropriée de confidentialité et reçoivent la formation nécessaire en matière de protection des données à caractère personnel

- ne pas divulguer, sous quelque forme que ce soit, tout ou partie desdites données à caractère personnel.

6. La communication par l'une des Parties d'Informations Confidentielles au titre de cet Accord ne peut, en aucun cas, être interprétée comme conférant, de manière expresse ou implicite, à la Partie récipiendaire un droit de Propriété Intellectuelle quelconque sur les éléments tels que notamment les dessins et modèles, inventions, brevets, logiciels ou créations auxquels se rapportent ces Informations Confidentielles, ni comme une divulgation au sens du droit des brevets.

Les Parties s'engagent à respecter les mentions de réserve de propriété intellectuelle et de confidentialité figurant sur le support des Informations Confidentielles.

7. Les Informations Confidentielles transmises dans le cadre de cet Accord ainsi que toutes copies, reproductions ou duplications, et tous droits s'y rapportant resteront, en tout état de cause, la propriété de la Partie les ayant transmises, sous réserve des droits des tiers.

Avant l'expiration du présent Accord, en cas d'inexécution par l'une des Parties de l'une quelconque de ses obligations au titre des présentes, ou dès la date d'expiration des présentes, à quelque moment et pour quelque motif que ce soit, l'autre Partie s'engage, à première demande et quelle qu'en soit la forme, à :

- restituer tous les documents contenant des informations sans n'en garder aucune copie,

- effacer toutes les Informations et données contenant des Informations qu'elle aurait enregistrées dans quelque système informatique que ce soit.

- prendre toutes les mesures nécessaires pour s'assurer que ses employés se conforment à ce qui précède et s'interdit d'émettre des conditions ou réserves quant à son obligation de restitution des documents et d'effacement des informations.

8. Les Informations Confidentielles sont fournies "en l'état" sans garantie d'aucune sorte, expresse ou tacite, et notamment sans garantie quant à l'adaptation à l'usage auquel sont destinées les Informations Confidentielles.

9. Les Parties déclarent assumer l'entière responsabilité de toute divulgation ou utilisation non expressément autorisée des Informations Confidentielles. Notamment, chaque Partie assume le respect du présent engagement par ses salariés et dirigeants, et répond envers l'autre Partie de tout manquement commis par ces personnes.

10. Chacune des Parties se déclare parfaitement informée que toute violation de ses obligations au titre du présent accord est, compte tenu de leur nature, susceptible de causer un grave préjudice à l'autre Partie, dont cette dernière pourra lui demander une complète indemnisation.

11. Le présent Accord entrera en vigueur à la date de sa signature par les Parties et est conclu pour la durée des discussions relatives à la réponse à la sollicitation.

Le terme ou la résiliation du présent Accord n'aura pas pour effet de dégager les Parties de leurs obligations de respecter les dispositions relatives à l'utilisation, la protection et la restitution des Informations Confidentielles reçues avant la date d'expiration des présentes.

12. Il est expressément convenu que le présent Accord a été conclu *intuitu personae*

Les Parties ne pourront céder à titre onéreux ou gratuit directement ou indirectement les avantages conférés par le présent Accord sauf accord préalable écrit de l'autre Partie.

13. Toute renonciation quelle qu'en soit la durée à invoquer l'existence ou la violation totale ou partielle de l'une quelconque des clauses du présent Accord ne peut constituer une modification ou une suppression de ladite clause ou une renonciation à invoquer les violations antérieures concomitantes ou postérieures de la même ou d'autres clauses. Une telle renonciation n'aura d'effet que si elle est exprimée par écrit signée par la personne dûment habilitée à cet effet.

14. La loi applicable au présent Accord est la loi française.

15. A défaut d'accord amiable entre les parties pour tout différend relatif à la validité, l'interprétation, l'exécution ou la rupture du présent Accord et plus généralement pour l'ensemble des faits et actes qui en sont la suite et conséquences, il est fait expressément attribution de juridiction près le Tribunal Judiciaire de PARIS nonobstant pluralité de défendeurs ou appel en garantie.

16. Pour l'exécution des présentes et des suites, les deux parties font élection de domicile en leur siège social respectif visé en tête des présentes. Toute modification ne deviendra opposable à l'autre partie que quinze jours suivant réception par lettre recommandée avec accusé de réception.

Fait à _____

Le _____

En _____exemplaires originaux

La PIRAC-Croix-Rouge française	**Société xxx**
Jérémie Sibeoni	**xxx**
	xxx
Chef de délégation	

Pour gérer nos relations dans le cadre du présent contrat, nous collectons des données personnelles vous concernant sur le fondement légal de la réalisation d'un contrat et de l'intérêt légitime (art. 6 du RGPD). Ces données sont à usage exclusif de la Croix-Rouge française et de ses personnels en charge de l'exécution du présent contrat et de nos relations commerciales ; elles seront conservées 5 ans après notre dernier contact puis supprimées.

Le responsable de traitement est le Président de la Croix-Rouge française et, par délégation, son Directeur général. Le Délégué à la protection des données personnelles peut être contacté au siège de la Croix-Rouge française au 98, rue Didot – 75014 Paris ou à l'adresse suivante : DPO@croix-rouge.fr.

Conformément au Règlement général sur la protection des données personnelles (règlement UE n° 2016/679 du 27 avril 2016), vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, de suppression, d'opposition pour motif légitime, de limitation et de portabilité aux données qui vous concernent, que vous pouvez exercer en vous adressant à DPO@croix-rouge.fr.

En cas de difficulté, vous pouvez contacter le Délégué à la protection des données personnelles ; vous pouvez également introduire une réclamation auprès de la Commission Nationale de l'informatique et des libertés (CNIL)**;**