CROIX-ROUGE FRANÇAISE
PIROI center

scJohnson
A family company
at work for a better world

Termes de références

Réalisation, traduction et diffusion de vidéos de sensibilisation sur les maladies transmises par les moustiques

1. Généralités

Projet	PF376 - Break the buzz
Objet	Réalisation et diffusion de vidéos de sensibilisation sur les maladies transmises par les moustiques (Chikungunya, Dengue, Zika, etc.)
Lieu	La Réunion et Mayotte
Responsables	Toscane Fourié - Solène Devin
Date de début souhaitée	15 septembre 2026
Date de fin souhaitée	30 avril 2027

2. Introduction I

2.1 Contexte du projet Break the Buzz

À La Réunion et à Mayotte, les maladies transmises par les moustiques constituent une menace sanitaire récurrente. Dengue, chikungunya ou encore paludisme continuent d'affecter les populations et de peser sur les systèmes de santé.

L'épidémie de chikungunya de 2025 à La Réunion, qui a touché près d'un quart de la population, a rappelé l'importance de la prévention et de l'adoption de gestes simples permettant de limiter la prolifération des moustiques. Fort de son expérience de terrain, la Croix-Rouge française à la Réunion a pu identifier des mythes locaux, les zones de méfiance et les vraies contraintes matérielles du quotidien.

Dans le cadre du projet ***Break the Buzz***, le PIROI Center de la Croix-Rouge française souhaite capitaliser sur son expérience de terrain et renforcer les actions de sensibilisation du grand public réunionnais et mahorais, grâce à une campagne de communication digitale reposant sur des contenus vidéo courts, pédagogiques et engageants adaptés aux réalités de terrains. En passant d'une communication d'injonction ("ce qu'il faut faire") à une communication d'émancipation ("comment ça marche vraiment"), la Croix-Rouge française souhaite que le public cible puisse être acteur de sa santé et de ses proches en favoriser une meilleure compréhension des risques liés aux maladies vectorielles et d'encourager durablement l'adoption de comportements préventifs.

2.2 Définition du projet

Le PIROI Center souhaite produire plusieurs vidéos de sensibilisation destinées à être **diffusées sur les réseaux sociaux et les plateformes numériques.**

Ces vidéos auront pour vocation à vulgariser les connaissances sur les maladies transmises par les moustiques, expliquer les gestes de prévention et promouvoir la responsabilité collective dans la lutte contre les moustiques vecteurs.

La prestation comprendra :

- l'accompagnement pour le choix des formats les plus adaptés au public cible
- la conception graphique, en s'appuyant sur la charte de la Croix-Rouge
- la réalisation audiovisuelle
- l'adaptation linguistique et culturelle à la Réunion et à Mayotte
- l'accompagnement à la diffusion et à l'analyse des performances des contenus (KPI).

3. Objectifs

3.1 Objectif général

Créer des contenus audiovisuels de sensibilisation aux maladies transmises par les moustiques courts, dynamiques et adaptés aux réalités locales de La Réunion et de Mayotte:

- Capter l'attention du grand public
- Diffuser des messages de santé publique de manière accessible et mémorable.

3.2 Objectifs spécifiques de la prestation

La prestation devra permettre de :

- produire des contenus pédagogiques adaptés aux usages des réseaux sociaux et des plateformes numériques et transmettre des messages de santé publique scientifiquement validés de manière claire, accessible et mémorable (**LOT 1**);
- traduire les contenus en créole réunionnais et Shimaoré pour atteindre directement le public éloigné de l'information (**LOT 2**);
- accompagner le PIROI Center dans la stratégie de diffusion digitale et mesurer les performances des contenus diffusés (**LOT 3**).

4. Cibles

Les contenus s'adresseront prioritairement à :

- la population de La Réunion ;
- la population de Mayotte ;
- les jeunes adultes et les familles ;
- des groupes vulnérables, précaires et/ou éloignés de l'information.

Les contenus élaborés par le PIROI Center - Croix-Rouge française ont pour but de:

- Faire comprendre les risques liés aux maladies transmises par les moustiques;
- Encourager l'adoption de gestes de prévention simples et efficaces;
- Renforcer la vigilance collective face aux futures épidémies;
- Développer une culture durable de prévention à l'échelle du territoire.

5. LOT 1 : Réalisation et montage de vidéos de sensibilisation

5.1. Lot 1 : Objectif du lot

L'objectif de ce lot est de **produire des contenus vidéo pédagogiques, modernes et captivants, adaptés aux réseaux sociaux et aux plateformes numériques**. Ces supports visent à transmettre des messages de santé publique sur la prévention des maladies vectorielles transmises par les moustiques, à destination des populations de La Réunion et de Mayotte.

5.2. Lot 1 : Descriptif

Le prestataire aura pour mission d'assurer l'ensemble de la chaîne de production visuelle et sonore, sur la base des scripts fournis par le PIROI Center. Il devra apporter son expertise pour maximiser l'impact des contenus auprès des publics cibles.

Périmètre d'intervention :

- Conseil & Direction artistique : Relecture et ajustement des scripts, proposition d'une direction artistique globale et choix des formats adaptés aux plateformes cibles (Facebook, YouTube principalement).
- Animation: Création d'animations originales (personnages, décors, schémas pédagogiques) strictement adaptées au contexte socio-culturel de l'océan Indien.
- Post-production : Montage final, nettoyage audio, intégration des voix off et mixage sonore (bruitages et musiques sous licence libre de droits).

5.3. Lot 1 : Livrables attendus

Lot 1 => Livrable n°1 : réalisation de vidéos de sensibilisation

Le prestataire produira **deux types de contenus** distincts :

- une à deux vidéos adaptées aux objectifs de sensibilisation d'une durée d'environ **1 min 30 (ou moins)** qui abordera des notions de vulgarisation scientifique (les moustiques vecteurs de la Réunion et Mayotte, leur cycle de vie, le cycle de transmission vecteur-hôte-agent infectieux, les différentes maladies vectorielles) et les gestes barrières (*i.e.*, limiter la prolifération des vecteurs et encourager l'installation des moustiquaires aux portes et fenêtres). Le prestataire proposera le format et les techniques de réalisation les plus pertinents (animation 2D ou 3D, motion design, captation réelle, techniques mixtes, ou tout autre procédé adapté). Le format visé est de type "TED-ed" qui combine l'accessibilité de l'animation et la pédagogie scientifique, remplit de "fun facts", qui captive l'audience.

- une vidéo issue d'une captation (reportage) d'environ **1 min 30** avec un ton plus humoristique, les messages peuvent être diffusés par un influenceur local. L'accent sera porté sur les démonstrations visuelles (comment identifier les larves de moustiques et

comment protéger son habitation en équipant les ouvertures de moustiquaires). Pour atteindre les populations précaires, il sera important d'adapter le message et les représentations visuelles.

Format technique:

- Master HD/4K (format 16:9).
- Déclinaisons au format vertical (9:16) adaptées aux réseaux sociaux (Reels, TikTok, Shorts).

Lot 1 => Livrable n°2 : accompagnement éditorial

Le prestataire assurera une prestation de conseil et d'accompagnement comprenant :

- La relecture critique des scripts et la formulation de propositions d'amélioration de l'impact visuel et pédagogique ;
- Des recommandations sur les choix de formats en fonction des canaux de diffusion ciblés ;
- L'élaboration et le suivi d'un calendrier de production détaillé.

5.4. Lot 1 : Profil du prestataire

- Expérience confirmée dans la réalisation de vidéos institutionnelles, de vulgarisation ou de campagnes de sensibilisation à fort impact.
- Expertise globale en production audiovisuelle (captation vidéo, réalisation, montage, animation, gestion de la charte graphique et mixage audio).
- Capacité démontrée à vulgariser des contenus scientifiques ou techniques complexes au travers d'un storytelling dynamique (style TED-Ed) et adapté au format digital.
- Bonne connaissance des codes de communication digitale et sensibilité aux contextes socioculturels de La Réunion et Mayotte.

6. LOT 2 : traduction et doublage de vidéos

6.1. LOT 2 : Objectif

L'objectif de ce lot est d'adapter les vidéos produites en français dans le Lot 1 en **créole réunionnais** et en **shimaoré**. Cette déclinaison linguistique vise à garantir une meilleure accessibilité des messages de santé publique et à toucher directement les populations les plus éloignées de l'information à La Réunion et à Mayotte.

6.2. LOT 2 : Descriptif

Le prestataire assurera la traduction, le doublage et le sous-titrage des vidéos sur la base des scripts originaux en français (estimation : environ 250 mots par vidéo).

Périmètre d'intervention :

- Traduction & Adaptation culturelle :
  - Traduction et adaptation fidèle du script original (français) vers le créole réunionnais et le shimaoré.
- Doublage & Enregistrement Voix Off :
  - Casting et sélection de comédiens natifs (voix réunionnaise et voix mahoraise) ainsi que d'une voix off en français.
  - Enregistrement audio en studio professionnel.
- Post-production audio & Mixage :
  - Nettoyage, synchronisation labiale/temporelle et mixage sonore des voix off enregistrées.
- Sous-titrage & Accessibilité :
  - Création et synchronisation des fichiers de sous-titres (format .SRT).
  - Incrustation dynamique des sous-titres en français sur l'ensemble des versions pour garantir l'accessibilité.

6.3. LOT 2 : Livrables attendus

LOT 2 => Livrable n°3 : vidéos déclinées en français, créole réunionnais et Shimaoré

Pour chaque vidéo déclinée, le prestataire remettra :

- 3 versions vidéo finales sous-titrées en français :
  - Version originale en Français ;
  - Version doublée en Créole réunionnais ;
  - Version doublée en Shimaoré.

Fichiers sources : Fichiers de sous-titres séparés (format .SRT) pour chaque langue.

6.4. LOT 2 : Profil du prestataire

- Capacité à mobiliser un réseau de traducteurs professionnels en créole réunionnais et en shimaoré.
- Capacité à mobiliser un réseau de comédiens de doublage natifs (voix réunionnaises et mahoraises) professionnels.
- Accès à un studio d'enregistrement professionnel, maîtrise des techniques de prise de son, nettoyage audio, synchronisation voix/image et mixage.
- des standards de sous-titrage

7. LOT 3 : accompagnement et diffusion de campagne de sensibilisation

7.1. LOT 3 : Objectif

L'objectif de ce lot est d'assurer la visibilité, la diffusion et l'impact maximal des vidéos de sensibilisation produites. Le prestataire sera chargé de concevoir et d'exécuter une stratégie de diffusion digitale ciblée pour atteindre efficacement les populations de La Réunion et de Mayotte.

7.2. LOT 3 : Descriptif

Le prestataire accompagnera le PIROI Center dans le déploiement de la campagne sur les réseaux sociaux et plateformes numériques, depuis la stratégie média jusqu'à l'analyse des résultats.

Périmètre d'intervention :

- Stratégie Média Digital :
  - Élaboration du plan de diffusion multimédia adapté aux spécificités géographiques et démographiques de La Réunion et de Mayotte.
- Déclinaison & Adaptation des formats :
  - Optimisation visuelle et technique des vidéos selon les codes et exigences des plateformes ciblées (YouTube, Facebook, Instagram).
- Gestion & Optimisation des campagnes Social Ads :
  - Paramétrage technique des campagnes d'acquisition payante (ciblage géographique, tranches d'âges).
  - Suivi et optimisation continue des budgets d'achat d'espace pour maximiser la portée et l'engagement.
- Reporting & Mesure d'impact :
  - Suivi analytique des indicateurs clés de performance (KPIs : nombre de vues complètes, taux d'engagement, portée globale, clics vers les liens de redirection).
  - Mesurer l'impact et la portée des messages : si possible, proposer un mini-quiz en début et/ou fin de vidéo pour connaître les messages retenus
  - Rédaction d'un bilan complet et de recommandations en fin de campagne.

7.3. LOT 3 : Livrables attendus

LOT 3 => Livrable n°4 : stratégie de diffusion digitale

Le prestataire accompagnera le PIROI Center dans la diffusion des contenus sur les réseaux sociaux et YouTube. Il proposera notamment :

- un calendrier de diffusion ;
- des recommandations sur les formats de publication ;
- des conseils d'optimisation des performances.

LOT 2 => Livrable n°5 : analyse des performances et de l'impact

À l'issue de la campagne, le prestataire remettra une synthèse comprenant notamment :

- le nombre de vues ;
- la portée des publications ;
- le taux d'engagement ;
- le temps moyen de visionnage ;
- une analyse qualitative des performances ;
- des recommandations pour les futures campagnes.

7.4. LOT 2 : Profil du prestataire

- Maîtrise confirmée du paramétrage, de la gestion et de l'optimisation de campagnes publicitaires payantes sur les réseaux sociaux.
- Solides compétences en stratégie digitale, définition de plans médias, et analyse de données de performance (KPIs).
- Connaissance fine des usages des médias sociaux et des habitudes de consommation digitale des populations à La Réunion et à Mayotte.
- Capacité d'accompagnement conseil et de rédaction de bilans d'impact synthétiques.

8. Calendrier prévisionnel

- Lancement de la prestation : 15 septembre 2026
- Production des vidéos : 15 septembre au 15 Janvier 2027 **> Lot 1 & 2**
- Début de diffusion des vidéos : 15 Janvier 2027 **> Lot 3**
- Rend du rapport d'analyse des performances et de l'impact : 30 avril 2027 **> Lot 3**
- Fin de la prestation : 30 Avril 2027

À titre indicatif, la prestation est estimée à environ 35 à 40 jours de travail, répartis sur l'ensemble de la mission (conseil, conception, réalisation, traduction, doublage, accompagnement à la diffusion et reporting).

9. MODALITÉS DE CANDIDATURE

Les candidats peuvent soumissionner à un seul lot, plusieurs lots ou à l'ensemble des lots décrits dans les présents termes de référence. Les lots sont indépendants et feront l'objet d'une analyse et d'une attribution distinctes. La Croix-Rouge française se réserve ainsi la possibilité d'attribuer les différents lots à un même prestataire ou à des prestataires différents.

Pour chaque lot auquel il soumissionne, le candidat devra transmettre une proposition comprenant a minima :

- une proposition technique détaillée, présentant la compréhension des besoins, la méthodologie proposée, les moyens humains et techniques mobilisés ainsi que, le cas échéant, les partis pris créatifs et le style d'animation envisagé ;
- un calendrier prévisionnel de réalisation, compatible avec le calendrier indiqué dans les présents termes de référence ;
- une présentation de l'équipe proposée, de ses compétences et expériences pertinentes ;
- des références et/ou exemples de réalisations similaires ;
- une offre financière détaillée, ventilée par lot et, autant que possible, par poste de dépense et/ou livrable.
- Offre financière

L'offre financière devra être présentée en euros (€) et faire apparaître distinctement les montants hors taxes (HT), le taux et le montant de TVA applicable, ainsi que le montant total toutes taxes comprises (TTC).

Le montant proposé devra constituer un prix **ferme, global, forfaitaire et définitif** pour l'exécution complète des prestations et la remise de l'ensemble des livrables prévus dans le ou les lots concernés.

Le prix devra comprendre l'ensemble des coûts nécessaires à la bonne exécution de la prestation, notamment les honoraires, frais de personnel, frais techniques et de production, déplacements, transports, hébergements le cas échéant, frais de studio, licences, droits d'utilisation et de diffusion, sous-traitance éventuelle, frais administratifs, taxes et toute autre dépense nécessaire à l'exécution de la mission.

Aucun coût ou frais supplémentaire non prévu dans l'offre financière ne pourra être facturé ultérieurement sans accord écrit préalable de la Croix-Rouge française.

Le candidat devra également préciser dans son offre financière les modalités de facturation et l'échelonnement des paiements qu'il propose, notamment :

- l'existence éventuelle d'un acompte au démarrage de la prestation et son montant ou pourcentage ;
- les éventuels paiements intermédiaires, avec leur montant ou pourcentage et les étapes ou livrables auxquels ils seraient associés ;
- le montant ou pourcentage du solde final ;
- plus généralement, toute condition ou modalité financière particulière proposée par le candidat.

Ces éléments sont demandés à titre de proposition du candidat et pourront faire l'objet d'échanges et d'ajustements avec la Croix-Rouge française. Les modalités définitives de facturation et de paiement seront arrêtées au moment de la contractualisation avec le ou les prestataires retenus.

L'offre financière devra préciser sa durée de validité, qui ne pourra être inférieure à 60 jours calendaires à compter de la date limite de remise des offres.

Soumission des offres

La proposition complète devra être envoyée au plus tard le **04 septembre 2026** à l'adresse suivante :

piroi.achat@croix-rouge.fr

avec pour objet du courriel :

« **OFFRE – PF376 Break the Buzz – Vidéos de sensibilisation maladies vectorielles – LOT [n° du/des lot(s)] – [Nom du candidat]** »

En cas de candidature à plusieurs lots, le candidat devra veiller à ce que son offre permette d'identifier clairement la proposition technique et financière correspondant à chacun des lots.

Toute offre reçue après la date limite de soumission pourra être déclarée irrecevable.

La Croix-Rouge française se réserve le droit de ne pas examiner ou de rejeter toute offre incomplète, non conforme aux présents termes de référence, insuffisamment détaillée ou reçue hors délai.

La Croix-Rouge française pourra, si elle l'estime nécessaire, demander aux candidats des précisions, justificatifs ou compléments d'information permettant de faciliter l'analyse des offres, sans que ceux-ci puissent avoir pour effet de modifier substantiellement l'offre initialement remise.