**ACQUISITION D’ESPACES POUR LES CAMPAGNES D’INTERET GENERAL ET/OU D’INFORMATION PILOTEES PAR L’AGENCE DE SANTE DE GUADELOUPE, SAINT MARTIN, SAINT BARTHELEMY**

**Ce document est destiné à l’analyse des offres. À partir de la présente « étude de cas virtuelle », le candidat doit fournir un mémoire technique reprenant les éléments demandés, sous peine de nullité de l’offre. Cette étude de cas n’est pas contractuelle. Le contenu de ce document n’a ici qu’une valeur indicative et n’engage pas l’ARS de Guadeloupe.**

**La proposition en réponse à cette étude de cas permettra l’évaluation du critère « Qualité et pertinence de l’offre proposée en référence au scénario fictif d’une campagne de lutte contre la dengue ».**

|  |  |
| --- | --- |
| Critère | Pondération |
| Qualité et pertinence de l’offre proposée en référence au scénario fictif d’une campagne de lutte contre la dengue (confer document « étude de cas fictif »).  Au regard du mémoire technique, le critère est évalué en fonction des sous critères suivants :  Sous critère 1 - (30%) : Compréhension du besoin  Sous critère 2 – (50%) : organisation mise en œuvre par le candidat dans le cadre de ce projet fictif, pour l’achat d’espaces publicitaires en lien avec les titulaires du marché de communication de l’ARS de Guadeloupe  Sous critère 3 - (20%) : organisation mise en œuvre par le candidat, pour respecter les délais de mise en œuvre de la campagne fictive sur la partie « achats d’espaces publicitaires ». | 50% |

**Etude de cas fictif**

**Contexte**

La Guadeloupe (îles du sud comprises) fait face à une recrudescence des cas de dengue, une maladie virale transmise par les moustiques. Cette situation est particulièrement préoccupante pendant la saison des pluies, où les conditions favorisent la prolifération des moustiques.

L'Agence de Santé de Guadeloupe souhaite lancer une campagne de sensibilisation afin de mobiliser la population et réduire les risques de transmission de la dengue.

1. **Objectifs de la campagne**
2. **Informer la population sur les risques liés à la dengue :**
   * **Objectif principal :** Sensibiliser les habitants de la Guadeloupe et des îles du sud, aux dangers de la dengue et à son mode de transmission par les moustiques.
   * **Message clé :** La dengue est évitable par des gestes simples, mais elle peut être grave.
3. **Promouvoir les actions préventives :**
   * **Objectif principal :** Diffuser les bonnes pratiques de prévention auprès de la population, notamment la lutte contre les moustiques et l'élimination des zones de reproduction (eau stagnante).
   * **Message clé :** Éliminer l'eau stagnante et utiliser des répulsifs et des moustiquaires peut réduire de manière significative la multiplication des moustiques porteurs du virus.
4. **Renforcer la visibilité des actions de l'ARS :**
   * **Objectif principal :** Valoriser les initiatives de l'ARS dans la lutte contre la dengue, en mettant en avant les actions locales déjà entreprises (distribution de répulsifs, sensibilisation dans les écoles, etc.).
   * **Message clé :** L'ARS agit au quotidien pour protéger la population. Participez aux efforts de prévention !
5. **Cibles**
6. **Population générale :**
   * Résidents permanents et touristes, particulièrement ceux vivant ou séjournant dans des zones à haut risque de transmission de la dengue.
   * Focus sur les adultes responsables des foyers et les familles avec enfants.
7. **Jeunes adultes et étudiants :**
   * Sensibiliser les jeunes sur les risques de la dengue et les actions préventives qu'ils peuvent entreprendre dans leur quotidien.
8. **Stratégie de diffusion**
9. **Supports de communication conçus par le titulaire du lot 2 du marché de communication de l’ARS :**
   * **Affiches et flyers :** Conception d’une affiche et de dépliants adaptés aux spécificités locales, distribués dans les lieux publics, mairies, écoles, pharmacies et supermarchés.
   * **Vidéo + spot radio :** conception d’une vidéo et d’un spot radio selon les exigences de l’ARS.
10. **Achat d’espaces publicitaires (affichage et médias) par le titulaire du présent marché en lien avec les 2 titulaires du marché de communication de l’agence (confer missions décrites dans le CCTP) :**

* **Diffusion de 15 affiches dans les lieux publics** (aéroport Marie Condé, la gare maritime de Guadeloupe, affichages publicitaires extérieurs via panneaux sur la Guadeloupe ;
  + **Spots cinéma, radio et TV locaux :** Diffusion de messages percutants via des spots cinéma (Guadeloupe) radio et télévision pour atteindre les populations de tous âges, notamment les auditeurs des radios locales populaires.
  + **Périodicité attendue :**
    - 4 passages de spots radio / jour pendant 3 semaines ;
    - 2 passages de spot TV / jour pendant 3 semaines (1 à la mi-journée et 1 le soir)
    - 1 spot par séance de cinéma tous les jours pendant 3 semaines.

1. **Budget estimatif – 80 000 €HT pour la partie achat d’espaces publicitaires (affichage + médias).**
2. **Calendrier de la campagne**

* **Lancement :** diffusion des supports à partir **du 1er octobre 2025**, pendant la seconde période de la saison des pluies.
* **Durée :** La campagne devra s'étendre sur **1 mois**.

1. **Suivi de La diffusion de la compagne**

* Suivi du respect des diffusions : périodes, créneaux, emplacement…