

# Termes de Référence - Création d'une image de Marque (Branding) centrée sur le concept de "Zone Rouge"



## 1. Contexte et justification du projet

**Première Urgence Internationale (PUI)** est une organisation humanitaire non gouvernementale (ONG) française indépendante, forte de 40 ans d'expertise dans l'aide humanitaire et au développement, présente dans 25 pays à travers le monde.

Le concept de la **"Zone Rouge"** synthétise notre singularité et notre engagement fondamental : intervenir là où l'accès humanitaire est le plus complexe, les besoins les plus intenses, et les systèmes de soutien vitaux (santé, eau, protection) se sont effondrés. Il s'agit des **territoires difficiles d'accès** où l'insécurité, les ruptures de services essentiels, et les barrières d'accès rendent l'assistance critique.

Reconnue par nos pairs comme l'"**ONG du dernier kilomètre**", notre mission est d'atteindre les populations civiles, marginalisées ou exclues, victimes de catastrophes, de conflits, d'épidémies ou d'effondrements économiques. Ces termes de référence visent à formaliser une **image de marque puissante et cohérente** qui capitalise sur cette différenciation stratégique de la "Zone Rouge" pour renforcer notre notoriété, notre mobilisation de fonds, et notre positionnement en tant qu'acteur de référence dans l'aide aux crises profondes.

Ces termes de référence visent à formaliser une image de marque puissante et cohérente qui capitalise sur cette différenciation stratégique de la **"Zone Rouge"** pour assurer une **notoriété** auprès du grand public, renforcer notre mobilisation de fonds, et

consolider notre positionnement en tant qu'acteur de référence dans l'aide aux crises profondes.

## 2. Notre Mandat et notre approche

### Notre Vision

Bâtir un monde où les populations vulnérables, affectées par les crises, disposent des moyens nécessaires pour satisfaire leurs besoins vitaux et sont en capacité de façonner leur propre avenir.

### Notre mission

Venir en aide, soulager et préserver des vies en menant des actions humanitaires et de développement partout dans le monde, sans aucune discrimination, en faveur de victimes civiles mises en péril, marginalisées, ou exclues par les impacts de conflits armés, de catastrophes d'origine naturelle ou d'effondrement économique consécutif à un bouleversement politique ou aux conséquences des dégradations environnementales et climatiques.

### Notre expertise (L'action en Zone Rouge)

Notre approche est multisectorielle, reconnaissant que l'accès à la santé est indissociable de l'accès à l'eau potable, à la nutrition, à la protection, et à un environnement sécurisé.

Cette approche intégrée combine des expertises complémentaires : **santé publique, santé mentale et soutien psychologique, nutrition, eau, hygiène et assainissement, sécurité alimentaire et moyens d'existence et enfin protection.**

Nous répondons à l'ensemble des déterminants de la santé en articulant :

- **L'urgence en santé** : Prise en charge des traumatismes physiques, mentaux et matériels immédiats.
- **Le relèvement et la prévention** : Structuration des infrastructures de santé et d'habitat, transfert de compétences (médicales, agricoles, logistiques) pour restaurer la résilience et les capacités d'action des populations.

### Notre Force :

- **Proximité et adaptabilité** : 90 % de nos 3000 collaborateurs sur le terrain sont issus des communautés locales, garantissant une connaissance approfondie des réalités culturelles et sécuritaires.

- **Concertation stratégique :** Travail en étroite collaboration avec les administrations, acteurs locaux, nationaux et régionaux dès la phase de diagnostic des besoins.

### 3. Objectifs de la prestation (mandat du consultant)

Le prestataire sélectionné aura pour objectif de concevoir et de formaliser l'image de marque de Première Urgence Internationale autour de l'identité "**Zone Rouge**".

1. **Clarifier le positionnement de Marque :** Définir le positionnement stratégique et la proposition de valeur unique de Première Urgence Internationale sur la base de son expertise en **zones difficiles d'accès** (Zone Rouge). Ce positionnement différenciel doit contribuer à l'augmentation de la notoriété de l'ONG.
2. **Développer l'identité verbale et visuelle (refonte/ajustement) :** Créer un récit (storytelling), un slogan, un ton de voix et des éléments visuels qui transmettent avec force et professionnalisme le concept de la zone rouge.
3. **Fournir des outils de déploiement :** Élaborer des lignes directrices claires (charte de marque) pour l'application cohérente de la nouvelle image dans l'ensemble des communications (institutionnelles, numériques, collecte).

### 4. Livrables attendus

- **Plateforme de Marque :** Définition de l'ADN, de l'archétype, de la promesse de marque, et des attributs de positionnement centrés sur le concept de "Zone Rouge".
- **Récit de Marque (Brand Story) :** Textes fondateurs et narratifs clés pour différentes audiences (donateurs institutionnels, grand public, partenaires, salariés).
- **Lignes directrices de l'identité verbale :** Ton, slogan, vocabulaire et messages clés pour assurer une cohérence rédactionnelle. Un pitch pour l'ensemble des salariés.
- **Charte de Marque simplifiée :** Document synthétique permettant le déploiement interne et externe des nouveaux éléments de marque.

### 5. Annexe - Synthèse des travaux préalables

1. Campagnes de fin d'année :

[https://www.instagram.com/premiereurgence/p/DDy\\_ihuKJlv/](https://www.instagram.com/premiereurgence/p/DDy_ihuKJlv/)

<https://www.instagram.com/premiereurgence/reel/DEC0BU-KMni/>

<https://www.instagram.com/premiereurgence/reel/C1CmEjXqV4T/>

[https://f.info.premiere-urgence.org/f/o?q=4l8QvcP4mn4MOGqjW0T9g5KF0nbRepR84eTAbla2UbG8ucVIXBoaXO91MKSrjxqJj-HfZH5Apc0B-nAhnoSxn8YnlGS4nXtWB5u-pJOBH0GE\\_V0GVF6ywHMuSMZAdiegSmTDCn66Alk-y2RAAE-JK9JQnPSqbl1WayJyrr\\_PaSmnuZdieA9NW5qSOJ4j7b\\_HGvrwcb-g\\_LnTQ\\_Xnrlm51f3Yl8DW2OnbyCngipt52OyaplzEQjSAwarKPDfG3RYc&c=Email%2F918086240%2F53%2F1015%2F838efeba](https://f.info.premiere-urgence.org/f/o?q=4l8QvcP4mn4MOGqjW0T9g5KF0nbRepR84eTAbla2UbG8ucVIXBoaXO91MKSrjxqJj-HfZH5Apc0B-nAhnoSxn8YnlGS4nXtWB5u-pJOBH0GE_V0GVF6ywHMuSMZAdiegSmTDCn66Alk-y2RAAE-JK9JQnPSqbl1WayJyrr_PaSmnuZdieA9NW5qSOJ4j7b_HGvrwcb-g_LnTQ_Xnrlm51f3Yl8DW2OnbyCngipt52OyaplzEQjSAwarKPDfG3RYc&c=Email%2F918086240%2F53%2F1015%2F838efeba)

2. Page de dons : [https://donner-premiere-urgence.iraizer.eu/danslazonerouge/~mon-don?utm\\_source=Site&utm\\_medium=HEADER&utm\\_campaign=LP&\\_gl=1%2Aabil66o%2A\\_gcl\\_au%2AODQ4MTM4NTQzLjE3NTMxOTUxMzc.%2A\\_ga%2AMTE0Nzg0OTM4Mi4xNzUzMTk1MTI3%2A\\_ga\\_CK6T91XQ4Y%2AczE3NTk0MTQxNTgkbzEyNSRnMCR0MTc1OTQxNDE1OCRqNjAkbdAkaDA](https://donner-premiere-urgence.iraizer.eu/danslazonerouge/~mon-don?utm_source=Site&utm_medium=HEADER&utm_campaign=LP&_gl=1%2Aabil66o%2A_gcl_au%2AODQ4MTM4NTQzLjE3NTMxOTUxMzc.%2A_ga%2AMTE0Nzg0OTM4Mi4xNzUzMTk1MTI3%2A_ga_CK6T91XQ4Y%2AczE3NTk0MTQxNTgkbzEyNSRnMCR0MTc1OTQxNDE1OCRqNjAkbdAkaDA).

3. Vidéos : <https://www.youtube.com/watch?v=vxGrj7bmSns>

et <https://www.youtube.com/watch?v=92GMYg7qA8s>

## 6. Budget

La prestation ne pourra excéder un coût total de 80 000 Euros TTC, incluant les moyens humains, la production d'éléments créatifs et la diffusion.

## 7. Chronogramme

Diffusion en début d'année 2026

Transmission de l'offre : [gkostenko@premiere-urgence.org](mailto:gkostenko@premiere-urgence.org)

Objet de mail : [Appel d'Offre] création d'une image de marque du concept « Zone Rouge »

Date limite de réception des offres : 08/12/2025 à 13h.