

## APPEL À MANIFESTATIONS D'INTÉRÊT



### Dispositif d'information sur la protection, dirigé par la diaspora, le long des routes migratoires en Méditerranée

Le Programme Diaspora (DP) du Conseil Danois pour les Réfugiés (DRC) a le plaisir de lancer un appel à manifestations d'intérêt auprès des organisations de la diaspora intéressées par la mise en place de partenariats visant la mise en œuvre de campagnes d'information sur la protection des droits le long des routes migratoires de la méditerranée centrale, occidentale et orientale. Cet appel est une composante spécifique d'un programme plus important appelé *Pathways to Protection* (P2P).

Nous invitons **les organisations de la diaspora** représentant les communautés **syriennes, afghanes, soudanaises ou sénégalaises** à manifester leur intérêt. **Les organisations éligibles** doivent être basées en **Europe** ou dans l'un des pays cibles du programme P2P : **Türkiye, Mali, Sénégal, Libye, Maroc, Tunisie, Tchad, Égypte, Soudan ou Niger**. Les organisations peuvent également opérer dans plusieurs pays listés ci-dessus.

Les campagnes d'information doivent cibler :

- **Les personnes déplacées du Soudan, de la Syrie, de l'Afghanistan et du Sénégal**, ainsi que des personnes à risque de déplacement, qui se trouvent actuellement **dans les pays cibles P2P**. Cela peut aussi être les populations déplacées qui envisagent de rentrer ; et/ou
- **Les membres des diasporas plus larges soudanaise, syrienne, afghane et sénégalaise en Europe ou dans les pays cibles P2P** qui communiquent régulièrement avec leur famille et leurs amis dans les pays cibles P2P et partagent des informations au sein de leurs réseaux.

DRC vise à identifier cinq organisations de la diaspora pour **des partenariats d'un an à partir de l'automne 2025**. Les partenariats pourraient être prolongés en fonction de la disponibilité des fonds et de leur pertinence. Chaque partenaire sélectionné recevra une **subvention pouvant aller jusqu'à 300 000 DKK** pour mettre en œuvre des campagnes d'information.

Les organisations peuvent postuler indépendamment ou en consortium. L'organisation qui dirige le consortium doit être spécifiée dans la manifestation d'intérêt.

## 1. Renseignements généraux

### À propos de DRC

Le Conseil Danois pour les Réfugiés (DRC) est une grande Organisation Non Gouvernementale (ONG) internationale danoise qui travaille dans plus de 30 pays. Elle a été créée en 1956. Sa mission est d'aider les réfugiés et les personnes déplacées, de protéger leurs droits et de renforcer leurs capacités pour un avenir meilleur. DRC soutient les personnes déplacées de force et leurs communautés d'accueil tout au long du cycle de déplacement, en travaillant à travers le Nexus : humanitaire, développement et consolidation de la paix. L'organisation fournit une assistance dans quatre secteurs principaux : la protection, le relèvement économique, le désarmement humanitaire et la consolidation de la paix, et l'eau, l'hygiène et l'assainissement, les abris et les infrastructures.

DRC et ses partenaires interviennent dans le cadre d'une approche basée sur les droits et les besoins et ciblent les personnes en situation de mobilité en fonction de leur vulnérabilité et de leurs capacités, indépendamment de leur statut, de leur sexe, de leur âge ou de leur nationalité.

### À propos du Programme Diaspora

Depuis 2010, le Programme Diaspora de DRC s'efforce de soutenir et de renforcer le rôle de la diaspora dans la réponse humanitaire et de développement.

La diaspora fait référence aux migrants et aux réfugiés - et à leurs descendants - qui maintiennent des liens avec leur pays d'origine ou de descendance- et avec leurs compatriotes vivants ailleurs. DRC considère la diaspora comme un acteur crucial de la société civile transnationale, qui contribue de manière significative dans les pays d'origine, de transit et de destination, et par conséquent, avec un fort potentiel pour améliorer la situation de nombreuses personnes déplacées.

### Pathways to Protection (P2P)

Le consortium P2P, dirigé par le Conseil Danois pour les Réfugiés en partenariat avec la Croix-Rouge Danoise et la Coalition Internationale contre la Détention (IDC), est une initiative quinquennale conçue pour renforcer les services et les systèmes de protection des personnes en situation de mobilité le long des principales routes migratoires.

En adoptant une approche dite « *tout au long des routes* », le P2P facilite l'accès aux services essentiels, y compris l'aide humanitaire de base et les services de protection, le long des itinéraires migratoires. Le P2P vise également à améliorer les systèmes et environnements de protection des communautés, tout en favorisant l'accès à des informations fiables, aux droits et aux solutions pour les personnes en situation de mobilité.

Travaillant au Mali, au Niger, au Sénégal, au Maroc, en Tunisie, en Libye, en Égypte, au Tchad, au Soudan et en Türkiye, le P2P met l'accent sur des solutions localisées et basées sur les droits. Le P2P travaille de manière rapprochée avec les communautés locales et les autorités afin de les accompagner par le biais de renforcement des capacités, de plaidoyer ciblé, d'apprentissage par les pairs en cohérence avec les cadres normatifs régionaux et mondiaux. Le P2P vise un impact durable, l'accès aux droits, la protection et un avenir plus sûr pour les personnes en situation de mobilité.

Le P2P est financé par le Ministère des Affaires Etrangères Danois.

### La composante diaspora dans le programme Pathways to Protection (P2P)

La composante diaspora du P2P s'appuie sur l'expérience de DRC en matière de partenariats avec les organisations de la diaspora dans l'objectif de fournir des informations de protection précises et culturellement pertinentes dans des contextes de migrations mixtes. Ce travail s'appuie sur des réseaux de

confiance, un langage adapté et un partage d'expérience pour atteindre les personnes en situation de mobilité avec des messages opportuns et des liens vers des services essentiels.

Les acteurs de la diaspora jouent un rôle essentiel avant et pendant la migration. En tant que sources fiables, ils aident à contrer la désinformation. Ils offrent aussi un soutien émotionnel et peuvent mettre les migrants en contact avec les services disponibles notamment l'aide juridique, la santé ou encore le soutien psychosocial. Selon le Centre des Migrations Mixtes (MMC), plus de 60 % des migrants cherchent des informations auprès de leurs amis et de leur famille à l'étranger avant leur départ et, plus de 40 % continuent de compter sur eux tout au long de leur voyage. Les campagnes d'information menées par la diaspora offrent donc une portée et un impact uniques, en fournissant des informations fiables et pertinentes à la fois par le biais de canaux numériques et de réseaux personnels, souvent plus efficaces que les moyens plus conventionnels.

Cette composante du P2P combine l'expertise de DRC en matière de protection et sa présence sur le terrain avec la portée et la crédibilité des réseaux transnationaux de la diaspora. Elle vise à réduire les risques de protection en améliorant l'accès à l'information basée sur les droits, en permettant des décisions plus éclairées et en renforçant la compréhension des options de migration plus sûres et des alternatives à la migration irrégulière.

---

## 2. Objectifs du partenariat

L'objectif global des partenariats est de cocréer et de mettre en œuvre des campagnes de communication fiables menées par la diaspora. Elles ont pour objectif d'aider les migrants à prendre des décisions plus éclairées et de renforcer la compréhension des options de migration plus sûres et des alternatives à la migration irrégulière.

### Lignes directrices pour la conception des campagnes de communication

**Contenu des campagnes :** en fonction du contexte et de l'expertise technique du partenaire, les messages peuvent s'aligner, sans s'y limiter, sur les éléments suivants :

- Les services et l'aide humanitaire disponibles le long des routes migratoires ;
- Les informations juridiques relatives à la migration ;
- Les informations juridiques relatives à l'accès à l'emploi et/ou à l'enseignement et à la formation technique et professionnelle ;
- Les informations juridiques liées à l'accès aux services de santé ;
- Les risques encourus par les migrants lors de leurs déplacements et les mesures de mitigation ;
- Les pratiques d'hygiène clés ;
- La santé mentale.

Dans toutes les campagnes de communication, le ou les risque(s) de protection ciblé(s) doit(vent) être clair(s). L'objectif des campagnes d'information doit être de réduire ces risques en diminuant les menaces et les vulnérabilités et en renforçant les capacités des personnes à se protéger, principalement en améliorant leurs connaissances, y compris des risques et des options de migration plus sûres. DRC utilise les définitions standards du Cluster Protection Global (GPC) pour la catégorisation des risques de protection : [Protection Risks | Global Protection Cluster](#).

### Groupes cibles des campagnes:

- **Les personnes déplacées du Soudan, de la Syrie, de l'Afghanistan et du Sénégal**, ainsi que des personnes à risque de déplacement, qui se trouvent actuellement **dans des pays cibles P2P**. Cela peut aussi être les populations déplacées qui envisagent de rentrer ; et/ou
- **Les membres des diasporas plus larges soudanaise, syrienne, afghane et sénégalaise en Europe ou dans les pays cibles P2P** qui communiquent régulièrement avec leur famille et leurs amis dans les pays cibles P2P et partagent des informations au sein de leurs réseaux.

Lors de la conception des campagnes, une segmentation et un ciblage d'audience, plus spécifiques en fonction du ou des risques de protection abordés, sont attendus. Si la diaspora au sens large est ciblée, un mécanisme de suivi devra être inclus dans la conception afin de garantir que les informations circulent vers les migrants ou les personnes à risque de déplacement aussi.

DRC encourage une approche adaptative dans la conception des campagnes de communication, permettant de changer d'orientation et de ciblage en fonction des nouvelles tendances et des nouveaux risques.

**Canaux de communication** : les campagnes de communication menées par la diaspora peuvent utiliser à la fois des canaux en ligne et en personne, y compris les réseaux sociaux et les plateformes numériques (telles que Facebook, WhatsApp, TikTok, Instagram, YouTube), des influenceurs ou des porteurs de message communautaires de confiance, des webinaires en ligne incluant des sessions de questions-réponses, des événements ou encore des réunions communautaires. Bien que les méthodes de communication de masse soient régulièrement utilisées dans les contextes humanitaires pour diffuser des informations essentielles sur les services de protection et d'assistance, elles ont tendance à être unidirectionnelles. Pour ce projet, DRC encourage l'utilisation d'approches de communication bidirectionnelles (dans la mesure du possible) s'appuyant sur les réseaux personnels et transnationaux pour partager des informations personnalisées et contextuelles de manière fiable et interactive.

### Partenariat avec DRC – À quoi s'attendre

Par le biais de partenariats équitables, DRC soutiendra les organisations de la diaspora en leur fournissant : une assistance financière et technique ainsi qu'un renforcement de capacités en matière, notamment, de protection, de premiers secours psychologiques, de plaidoyer et d'outils pour une communication effective, en particulier sur les réseaux sociaux.

DRC veillera à ce que les partenaires de la diaspora aient accès à des informations à jour notamment via les données de terrain, les cartographies de services et les analyses produites par le MMC et les opérations dans les pays en lien avec la protection et les migrations. Cela permettra aux partenaires de fournir des conseils précis et opportuns ainsi qu'une orientation efficace, aidant les migrants à accéder aux services essentiels et à mieux s'orienter dans leur parcours.

Les partenaires de la diaspora seront également consultés sur les packages d'information élaborés, plus largement, par le consortium sur lesquels les messages devront être alignés.

Dans le cadre de la gouvernance globale du consortium P2P, les partenaires de la diaspora seront invités à participer au Groupe Consultatif des Partenaires Locaux. Ce groupe aura pour objectif d'influencer la programmation afin d'assurer une mise en œuvre stratégique, adéquate et adaptée tout au long du projet.

**Durée des partenariats** : Un an. Les partenariats pourront être prolongés en fonction de la disponibilité des fonds et de leur pertinence.

**Subvention**: 300 000 DKK (40,000 EUR).

### 3. Exigences de soumission

Les organisations intéressées sont invitées à remplir le [formulaire de manifestation d'intérêt](#) composé de questions portant sur les domaines suivants :

- **Profil de l'organisation** : fournissez des informations sur le mandat et sur la stratégie de votre organisation.
- **Capacité de communication** : détaillez les canaux de communication que vous utilisez actuellement, le personnel qui compose votre structure, la fréquence des publications que vous faites et la capacité de sensibilisation et d'atteinte du public que possède votre organisation.
- **Intérêt pour le partenariat** : expliquez pourquoi votre organisation est intéressée par une collaboration avec le programme diaspora de DRC dans le cadre du programme P2P.
- **Valeur ajoutée et expérience pertinente** : décrivez l'expertise spécifique, les réseaux et l'expérience passée de votre organisation, y compris des exemples d'initiatives similaires de communication ou de protection.
- **Approche programmatique et ciblage proposés** : décrivez vos idées initiales pour la campagne, y compris son objectif, son groupe cible, ses activités clés, ses canaux de communication, ses méthodes d'engagement communautaire et la manière dont vous comptez mesurer les progrès et vous adapter en fonction des changements.
- **Identification initiale des risques** : identifiez les risques potentiels liés à l'approche que vous proposez et décrivez comment vous prévoyez les atténuer.

Veuillez noter que les campagnes de communication seront développées en détail dans le cadre de la collaboration (pendant la période de partenariat). Bien qu'aucun budget ne soit requis à l'étape de cette manifestation d'intérêt, DRC travaillera avec les partenaires sélectionnés à élaborer conjointement un budget détaillé, à analyser les risques et à mettre en place un mécanisme de suivi, d'évaluation, de redevabilité et d'apprentissage (SERA) avant de conclure des contrats de sous-subvention.

Chaque partenaire sélectionné peut recevoir une subvention pouvant aller jusqu'à 300 000 DKK, y compris jusqu'à 7 % de coûts indirects. La mise en œuvre et la gestion du projet doivent être conformes aux cadres de rapportage, de conformité et de redevabilité de DRC.

---

### 4. Critères d'évaluation

#### Critères d'éligibilité

Pour être éligibles, les organisations doivent répondre aux critères suivants :

1. Être une organisation dirigée par la diaspora et représentant l'une des communautés suivantes : syrienne, afghane, sénégalaise ou soudanaise.
2. Être basée en Europe ou dans l'un des pays cibles du programme P2P : Türkiye, Mali, Sénégal, Libye, Maroc, Tunisie, Tchad, Égypte, Soudan ou Niger.
3. S'assurer que le ou les groupes cibles de la campagne de communication proposé(s) correspond(ent) aux critères décrits dans les lignes directrices ci-dessus.
4. S'assurer que le personnel participant ou les bénévoles de l'organisation maîtrisent l'anglais ou le français, car les activités de renforcement de capacités de DRC seront menées dans ces langues. Veuillez noter que cette exigence linguistique ne s'applique qu'à la participation aux activités de

formation et de coordination, et non au contenu des campagnes d'information, qui doit être diffusé dans la ou les langues appropriées du groupe cible.

### Critères d'évaluation

Toutes les manifestations d'intérêt soumises seront évaluées en fonction de ces cinq critères principaux.

|                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Alignement stratégique avec DRC (20 points)</b>          | <p>Il s'agit d'évaluer dans quelle mesure la vision, la mission et les priorités stratégiques de votre organisation s'alignent sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'approche humanitaire de DRC basée sur les droits et les besoins</li> <li>• Les objectifs du programme P2P</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>2. Capacité de communication et rayonnement (20 points)</b> | <p>Il s'agit d'évaluer la capacité de communication actuelle de votre organisation, notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Types de canaux utilisés (p. ex. réseaux sociaux, sensibilisation en personne, plateformes numériques)</li> <li>• Fréquence et cohérence de la communication</li> <li>• Taille de l'audience/nombre d'abonnés sur les plateformes principales</li> <li>• Si les activités de communication sont menées par du personnel dédié ou des bénévoles</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>3. Approche et ciblage proposés (30 points)</b>             | <p>Il s'agit d'évaluer la qualité et la pertinence de la campagne de communication proposée, notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La clarté de l'objectif de la campagne et sa prise en considération des risques de protection identifiés</li> <li>• La définition du ou des public(s) cible(s) et la justification de l'approche choisie</li> <li>• Le choix des canaux de communication et la raison de leur utilisation</li> <li>• La conception des activités prévues de la campagne d'information et les résultats attendus</li> <li>• Les méthodes proposées pour impliquer les populations cibles dans les phases de conception et de mise en œuvre</li> <li>• L'approche de suivi et évaluation, y compris la façon dont les progrès et les succès seront mesurés, et la façon dont la campagne s'adaptera en fonction des changements</li> </ul> |

|                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>4. Expérience pertinente et valeur ajoutée (15 points)</b>               | <p>Il s'agit de prendre en compte l'expérience de votre organisation et sa contribution potentielle au partenariat, notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les succès démontrés dans des campagnes de communication ou des initiatives de protection similaires</li> <li>• L'expertise technique spécifique, dans le domaine de la protection, des réseaux transnationaux ou des connaissances contextuelles pertinentes</li> </ul> |
| <b>5. Prévention (sensibilisation) et réduction des risques (15 points)</b> | <p>Il s'agit d'évaluer votre compréhension des défis potentiels et des stratégies proposées pour les gérer, notamment :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Risques contextuels, opérationnels ou réputationnels liés à la campagne d'information</li> <li>• Mesures de mitigation proposées pour assurer une communication responsable et éthique</li> </ul>                                                                                |

#### Notation

|   |                                                                                                                               |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Eléments faibles en réponse aux critères                                                                                      |
| 2 | Quelques éléments en réponse aux critères                                                                                     |
| 3 | Eléments présents en réponse aux critères                                                                                     |
| 4 | Eléments présents et solides en réponses aux critères                                                                         |
| 5 | Explication complète de la mise en œuvre et/ou éléments d'une approche/d'un système établi qui répond totalement aux critères |

La notation prend en compte la taille, l'expérience et les ressources disponibles de l'organisation candidate, en veillant à ce que toutes les organisations soient évaluées d'une manière qui reflète leur contexte et leur potentiel. Cela permet aux organisations plus petites ou avec moins d'expérience de rester compétitives face aux plus grandes et plus professionnelles.

#### 5. Processus de soumission

- **Date limite:** 3 août 2025.
- **Comment soumettre :** Soumettez en remplissant le [formulaire de déclaration d'intérêt](#). Les candidatures ne seront acceptées que si elles sont soumises par le biais du questionnaire.
- **Langue:** Anglais ou français

- **Contact** : Pour toutes questions ou besoins de clarification pendant le processus de candidature, contactez Marie Sønderholm Bøge, [marie.boege@drc.ngo](mailto:marie.boege@drc.ngo). DRC organisera une séance de questions-réponses deux semaines avant la date limite de candidature.
- 

## 6. Prochaines étapes

- **Août 2025** : analyse des manifestations d'intérêts, vérification des références et vérification approfondie des candidats présélectionnés.
  - **Septembre 2025** : sélection des partenaires et notification à toutes les organisations candidates.
  - **Septembre-octobre 2025** : processus de diligence raisonnable, analyse conjointe des risques, mise en place du budget et du système de SERA. Cela sera suivi par la signature du contrat de sous-subvention.
  - **Octobre-décembre 2025** : cocréation de campagnes d'information et renforcement des capacités axé sur la protection et les stratégies efficaces de communication. Veuillez noter qu'un atelier en personne est prévu en novembre 2025 et que la participation sera prise en charge par DRC.
  - **2026** : pilotage des messages (sur les réseaux sociaux, dans les groupes de discussion avec les personnes cibles), mise en œuvre des campagnes d'information, des initiatives de renforcement des capacités, évaluation et rapportage.
- 

## 7. Avertissement

La soumission d'une manifestation d'intérêt en réponse à cet appel ne garantit pas la sélection ou le financement. DRC se réserve le droit d'accepter ou de rejeter tout ou partie des soumissions à sa seule discrétion et sans aucune obligation.

Les organisations présélectionnées peuvent être tenues de soumettre des documents supplémentaires, tels que des audits financiers, des références ou d'autres documents pertinents, dans le cadre du processus de diligence raisonnable et de vérification approfondie.