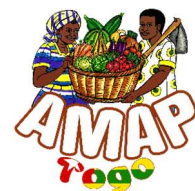




Termes de référence

Evaluation finale du projet « Faciliter l'accès des produits agricoles locaux aux marchés institutionnels » (FAPAMI) au Togo et au Bénin



Le 29 Novembre 2021

1. INFORMATIONS GENERALES

Demandeur : ACTING FOR LIFE (AFL) Association loi 1901
SIRET n° 335 232 831 00024
40 Avenue de l'Europe, 93350 Le Bourget, France
Tel : +33 1 49 34 83 13 / Fax : +33 1 49 34 83 10
Mail : edandoy@acting-for-life.org

Responsable du dossier : Estelle DANDOY, Chargée de Programmes

Objet : Evaluation finale du projet « *Faciliter l'accès des produits agricoles locaux aux marchés institutionnels* » (FAPAMI) au Togo et au Bénin

Budget maximum : 8 000€

Date limite d'envoi des offres : 21 décembre 2021

2. CONTEXTE DE L'ETUDE ET PRESENTATION DU PROJET

2.1 Présentation d'Acting for Life (AFL)

Depuis 40 ans, Acting For Life soutient l'émergence et le développement d'organisations locales solides et porteuses de réponses innovantes aux défis de la pauvreté et de l'exclusion, en agissant plus particulièrement dans les domaines de la gestion des ressources naturelles, de la production – commercialisation de produits agricoles, et de la formation insertion professionnelle. Présente dans 21 pays, Acting for Life identifie, apporte un soutien technique, logistique, et financier à plus de 40 partenaires qu'elle soutient dans le cadre de programmes de développement de territoires. Alliant à la fois des actions de formation et de renforcement de filières économiques, AFL a développé une expertise dans l'accompagnement des organisations locales et dans la mise en œuvre de projets d'appui en aval des filières agricoles, notamment à travers la stratégie de recherche de débouchés commerciaux basée sur la commande publique et l'agriculture contractuelle comme levier de développement. AFL transmet ainsi aux acteurs locaux les moyens de générer plus de valeur ajoutée sur leurs filières et leur territoire.

2.2 Contexte de l'étude

Au Togo et au Bénin, l'agriculture contribue à hauteur d'environ 35% du PIB national et emploie au moins 2/3 de la population active. Pourtant une part très importante des producteurs vit sous le seuil de pauvreté, et des problèmes d'insécurité alimentaire persistent. Malgré la disponibilité relative des produits alimentaires et l'existence d'OP dynamiques organisées, une partie de la population n'a pas accès à l'alimentation locale pour des raisons d'accessibilité, de disponibilité et de qualité. Sur certaines activités, les surplus de production ne trouvent pas suffisamment de débouchés commerciaux, aussi la faible valorisation des produits locaux et une importante concurrence des produits alimentaires de substitution importés constituent un frein au développement des productions locales.

Un appui à la professionnalisation des filières de production, transformation, commercialisation de produits agricoles paraît particulièrement pertinent pour répondre aux enjeux sanitaire, alimentaire, économique mais également social et culturel.

Dans ce contexte, Acting For Life (AFL) a réfléchi aux solutions susceptibles de permettre aux producteurs issus de l'agriculture familiale d'accéder aux marchés institutionnels privés. AFL, initialement créé par des membres du personnel Air France il y a plus de 40 ans, a pour partenaire financier le groupe Servair. En 2017, Servair, spécialisé dans l'agroalimentaire, et AFL, engagée dans la valorisation des produits locaux, se sont rapprochés afin de développer des projets permettant de soutenir l'accès aux marchés auprès d'organisations de producteurs locaux. Ainsi, AFL a démarré un premier partenariat en 2018 avec AMAP Bénin et Servair Bénin (projet FRAIBIO).

En avril 2019, AFL démarre le projet FAPAMI. Dans ce cadre, c'est Servair, la Compagnie d'Exploitation des Services Auxiliaires Aériens, qui a été identifié comme acheteur principal auprès des bénéficiaires du projet, à savoir les producteurs (de fruits et légumes) et transformateurs (de riz, jus de fruits, etc.) du Togo et du Bénin. Le marché qu'offre le Groupe Servair pour ces derniers représente une réelle opportunité d'affaire pouvant développer leurs activités et revenus. En effet, au Togo et au Bénin, Servair distribue des plats préparés auprès d'entreprises, compagnies aériennes, bars-restaurants et cantines.

L'idée du projet FAPAMI est, d'une part, de consolider le projet pilote au Bénin (FRAIBIO) et de développer ce même type de partenariat au Togo. Ainsi, AFL s'est rapprochée de ses partenaires (différentes OP et OSC) afin de saisir les débouchés commerciaux que représentent Servair. Dans ce contexte, un suivi rigoureux des acteurs impliqués a été réalisé pour faciliter une production de qualité stable et régulière, et assurer un partenariat juste et équitable avec Servair et d'autres acheteurs institutionnels.

De plus, dans le cadre de ce projet au Togo, l'objectif était de mettre en place une centrale de distribution des produits locaux afin de regrouper en un même lieu les produits agricoles et de les distribuer vers des boutiques, restaurants, hôtels et autres acteurs institutionnels.

Les innovations portées par le projet FAPAMI s'attèlent ainsi aux questions suivantes :

- comment garantir la disponibilité d'aliments produits localement en quantité et qualité suffisante auprès d'acheteurs institutionnels ;
- comment assurer aux producteurs l'accès à des débouchés commerciaux équitables et stables auprès d'acheteurs institutionnels privés ;
- comment communiquer sur le consommateur local pour toucher un grand nombre de consommateurs et impliquer les acheteurs institutionnels (privés et publics) à la démarche de commande locale.

2.3 Présentation générale du projet FAPAMI

Ce projet a pour objectif de faciliter l'accès des produits locaux issus de l'agriculture familiale aux marchés institutionnels, à travers la construction de partenariats équitables et stables et l'incitation à la consommation de produits locaux.

Les innovations ciblées :

- Améliorer la qualité, la régularité/stabilité de l'offre ainsi que les volumes de production
- Appuyer la transformation de produits agricoles
- Mutualiser la distribution des produits agricoles à travers la mise en place d'une Centrale d'achat-distribution
- Faciliter la mise en marché de produits agricoles locaux auprès d'acheteurs institutionnels
- Suivre l'impact des partenariats sur les marchés institutionnels privés et partager les leçons
- Inciter la consommation massive de produits locaux et l'achat à la commande locale

Le projet couvre deux pays : le Togo (régions Maritime et Plateaux – Sud Togo) et le Bénin (les départements du Littoral et de l'Atlantique - Sud Bénin). Il expérimente un nouveau type de partenariat avec les marchés institutionnels privés, en particulier avec le groupe Servair. Caractérisé par son approche davantage axée sur l'appui en aval des filières agricoles, ce projet prévoit la mise en œuvre d'une série d'actions auprès de groupements de producteurs et transformateurs agricoles, en vue de faciliter leur accès à de nouveaux débouchés commerciaux.

Le montant total du projet est de 300 691 €, il est co financé par le Comité Français pour la Solidarité International et la Fondation de France (50 000€), Servair (100 000€) et Acting for Life (150 691€) à travers le programme de Promotion de l'Agriculture Familiale en Afrique de l'Ouest (PAFAO - appel 2018). Le projet a démarré le 1er avril 2019 et dure 36 mois, il prendra fin le 31 mars 2022.

Les partenaires :

- Au Bénin : Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne/Biologique (AMAP Bénin), et Initiatives pour le Développement de la Technologie Agricole, d'une Horticulture protectrice de l'environnement et pour l'épanouissement économique et social (HORTITECHS Développement)
- Au Togo : Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne (AMAP Togo), et l'Organisation pour l'Alimentation et le Développement Local (OADEL)

Les bénéficiaires sont des :

- Producteurs (2 Amaps) et transformateurs (25 unités de transformation) ;
- Consommateurs (dans les cantines scolaires, les bars-restaurants des capitales, les avions) ;
- Acheteurs (Servair, restaurants, supermarchés).

La localisation du projet :

- Départements du Littoral et de l'Atlantique au Bénin
- Régions Maritime et Plateaux au Togo

2.4 Objectifs, résultats et activités du projet

Les objectifs :

Ce projet vise à faire gagner des parts de marchés aux produits locaux à travers la construction de partenariats durables et équitables, entre organisations de producteurs et acheteurs institutionnels.

Les objectifs spécifiques :

- i) Développer des systèmes alimentaires durables pour répondre aux enjeux alimentaires, sanitaires et d'emplois ;
- ii) Faciliter la mise en marché de produits agricoles locaux, issus de l'agriculture familiale paysanne, sur les marchés institutionnels, afin de favoriser le développement économique territorial ;
- iii) Inciter à la consommation massive de produits locaux sains

Les résultats et activités visés :

R1. Des systèmes alimentaires durables sont mis en place et se développent à travers des pratiques agricoles respectueuses de l'environnement et la mutualisation de la distribution des produits

Activité 1.1 : Appui à une production agricole stable, régulière, de qualité et en quantité (sécurisation de la production de fruits et légumes et professionnalisation des OP)

Activité 1.2 : Appui à la transformation de produits agricoles locaux (amélioration de l'emballage et de la qualité des jus de fruits)

Activité 1.3 : Mutualisation de la distribution des produits agricoles (à travers la mise en place d'une centrale d'achat-distribution)

R2. Des partenariats équitables et durables sont créés entre les organisations de producteurs/transformateurs et les acheteurs institutionnels

Activité 2.1 : Appui à la contractualisation avec des acheteurs institutionnels (appui à la démarche qualité/hygiène/sécurité sanitaire, respect du cahier des charges Servair, et recherche d'autres marchés)

Activité 2.2 : Suivi des partenariats sur les marchés institutionnels (mise en place d'outils de suivi et étude d'impact)

R3. Des actions fortes incitent la consommation massive de produits locaux sains

Activité 3.1 : Création d'outils de communication et organisation d'évènements promotionnels

Activité 3.2 : Inciter à la consommation massive de produits locaux et sensibiliser les acheteurs à la commande locale (plaidoyer auprès des acheteurs publics et privés)

La présente prestation s'inscrit donc dans le cadre de l'activité 2 du résultat 2.

2.5 Partenaires du projet

AMAP Bénin

L'AMAP Bénin est partenaire d'AFL depuis 2018 dans le cadre du projet FRAIBIO (partenariat avec Servair Cotonou dans le cadre de l'approvisionnement en fruits et légumes bio). L'AMAP, Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne/Biologique, créé en novembre 2008, dispose du statut coopératif, regroupe 250 producteurs sur 40ha, et vend principalement en circuits courts (300 paniers de fruits et légumes/ semaine soit 3 tonnes/semaine). L'AMAP est une association qui met directement en relation agriculteurs et consommateurs, elle dispose d'un magasin de vente des produits biologiques à Cotonou et est particulièrement dynamique et pionnière en matière de contrôle qualité et certification. En 2011, elle a entamé la démarche de certification biologique via un Système Participatif de Garantie (BIO SPG, avec Helvetas).

Hortitechs Développement (Initiatives pour le Développement de la Technologie Agricole, d'une Horticulture protectrice de l'environnement et pour l'épanouissement économique et social), ONG béninoise créée en 2005, partenaire d'AFL depuis 2018 dans le cadre du projet FRAIBIO. Au sein de ce projet, Hortitechs apporte son expertise auprès de l'AMAP en matière de technologie de transformation agricole, certification des produits, démarche hygiène-qualité-conditionnement, etc. L'ONG a pour objectifs de : i) favoriser l'adoption de technologies agricoles appropriées capables de rendre l'agriculture moins dépendante des aléas climatiques, ii) vulgariser les bonnes pratiques agricoles et techniques de production, iii) faire adopter de nouvelles alternatives de production agro biologiques et iv) contribuer à l'émergence d'entreprises horticoles familiales compétitives.

OADEL

OADEL est partenaire d'AFL depuis 2015 dans le cadre de la mise en œuvre des projets PAVPALT et PAFAO 2016, projets visant la valorisation des produits locaux, le renforcement des transformateurs, la sensibilisation des consommateurs, et le plaidoyer auprès des autorités. Dans le cadre de ce projet, l'OADEL est en charge de la mise en place de la centrale d'achat-distribution des produits locaux, notamment en assurant le stockage de produits et la distribution auprès de Servair et d'autres acheteurs de la capitale (hôtels, restaurants...). L'OADEL, Organisation pour l'Alimentation et le Développement Local, a été créée en 2003. Son but : la promotion du droit à l'alimentation par le biais de la consommation des produits agricoles locaux transformés.

AMAP Togo

L'AMAP Togo, Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne, existe depuis 2011 et regroupe 175 adhérents dont 158 consommateurs et 17 producteurs (sur une surface de 22ha). Elle est un nouveau partenaire pour AFL, identifié sur la base du modèle de production écologique et de son organisation fonctionnelle dans la distribution de ses produits. L'AMAP produit des fruits et légumes biologiques dans les régions des Plateaux et Maritime, et assure la livraison de paniers aux consommateurs une fois par semaine à Lomé. L'AMAP Togo est engagée dans la démarche de certification Bio SPG (Système de Garantie Participative) en cours de reconnaissance par l'IFOAM ; et est membre du réseau URGENCI (Réseau International des Partenariats Locaux Solidaires entre producteurs et consommateurs).

3. JUSTIFICATION ET OBJECTIFS DE L'ETUDE

3.1 Justification de la mission

Les avancées réalisées sur les innovations ciblées sont satisfaisantes malgré la crise sanitaire.

Innovation 1 : Améliorer la qualité, la régularité, la stabilité de l'offre ainsi que les volumes

Les formations sur les normes sanitaires et certification bio SPG, permettent aux producteurs des AMAPs de mieux valoriser leurs produits, grâce à une amélioration de la qualité et de la régularité de la production. Par ailleurs, les équipements en matériel de conditionnement et de transport permettent de réduire les pertes post récolte et de respecter les échéances de livraison. On observe une réelle progression dans l'organisation du travail, surtout au sein de l'AMAP Togo, traduisant une professionnalisation des producteurs. Si cette année a été marquée par la crise sanitaire, entre autres un fort ralentissement des commandes de l'entreprise Servair, les producteurs ont montré tout leur engagement pour « produire mieux » et s'adapter aux évolutions alimentaires.

Les producteurs ont fait preuve d'une certaine résilience face à la crise sanitaire. Quels sont les facteurs clefs, permettant une meilleure résilience face aux changements climatiques, et permettant de garantir la disponibilité de produits locaux, en quantité et qualité suffisante ?

Innovation 2 : Valoriser les produits agricoles à travers leur transformation

Au Bénin, l'activité de transformation de fruits et légumes au sein de l'AMAP, connaît un réel succès grâce à une production désormais maîtrisée et des circuits de distribution qui se diversifient. Au Togo, un accompagnement a été mené auprès des unités de transformation sur les normes de qualité et au niveau de la commercialisation grâce à l'appui de la centrale Bobar Distribution. Les produits agricoles acquièrent une valeur ajoutée non négligeable grâce au processus de transformation. Aussi, les actions de communication et de promotion appuyées par le projet contribuent à la valorisation des produits auprès des consommateurs et acheteurs institutionnels.

La législation en vigueur au Bénin sur les normes sanitaires des aliments est beaucoup plus stricte qu'au Togo, est ce que les unités de transformation de taille modeste seront en capacité de poursuivre leur développement malgré ces exigences ? La rentabilité des unités de transformation est elle forcément dépendante de la part des investissements réalisés ?

Innovation 3 : Mutualiser la distribution des produits agricoles

Au Togo, même si le projet de construction de la centrale de distribution rencontre de nombreuses difficultés, cela ne l'empêche pas de fonctionner grâce à une recherche active de nouveaux acheteurs. Aussi, la centrale est en train de tisser de nouveaux liens avec les unités de transformation (fournisseurs de la centrale) à travers la contractualisation. Au Bénin, l'AMAP diversifie progressivement ses circuits de distribution, en s'associant avec des boutiques de produits locaux dans d'autres territoires que Cotonou.

La mutualisation des fonctions de la distribution de produits agricoles semble être une solution pour faciliter l'écoulement des produits des producteurs, mais quelle forme doit-elle prendre pour être équitable et rentable pour tous ? Les investissements nécessaires pour la mise en place de la centrale au Togo sont conséquents, ces derniers pourront-ils être amortis dans un délai raisonnable ?

Innovation 4 : Faciliter la mise en marché de produits agricoles locaux à travers la contractualisation avec des acheteurs institutionnels

Cette année de crise sanitaire n'a pas été propice à de nouvelles contractualisations entre producteurs et acheteurs institutionnels. Toutefois, les contrats établis entre Servair et les AMAPs au Togo et au Bénin sont toujours valables. D'autres négociations sont en cours avec des supermarchés, associations et entreprises, mais la reprise économique est lente.

La pandémie a montré que la contractualisation avec un acheteur institutionnel ne protégeait pas pour autant les producteurs des difficultés d'écoulement des produits. Aussi, lorsque les volumes commandés par Servair ne sont pas suffisants, la distribution des produits auprès de cet acheteur n'est pas rentable.

Dans ce contexte, comment assurer aux producteurs l'accès à des débouchés commerciaux équitables et stables auprès d'acheteurs institutionnels privés ?

Innovation 5 : Suivre l'impact des partenariats sur les marchés institutionnels privés

Des outils de suivi des ventes ont été mis place au niveau des producteurs et transformateurs, pour évaluer le partenariat avec l'entreprise Servair. Malheureusement les prix pratiqués par Servair sont souvent trop bas pour permettre aux organisations de producteurs (Amaps) d'être rentables. Cependant, sur certains produits, où les volumes commandés sont conséquents le partenariat commercial avec Servair s'avère fructueux pour les producteurs (cas du riz, manioc, ananas). De même, sur des produits innovants, de qualité et rares (cas des jus en gobelets), le partenariat est également positif pour les deux parties.

Tout l'enjeu des marchés institutionnels réside dans la durabilité et l'équité des partenariats commerciaux, est ce que les OP bénéficiaires du projet seront en mesure de négocier et de s'imposer face aux acheteurs sans la présence d'un tiers ?

Innovation 6 : Impliquer les consommateurs dans la consommation massive de produits

Un grand nombre d'outils de communication, promouvant les produits des AMAPs et PME de transformateurs, ont été élaborés et diffusés. Aussi, des opérations de communication grand public, sur les enjeux de la consommation locale (TV, radio, presse, réseaux sociaux) ont été menées, permettant ainsi de garder le contact avec les consommateurs pendant la crise sanitaire. En revanche, de nombreux évènements ont dû être annulés.

Comment mesurer réellement l'impact de la communication sur les achats de produits locaux ?

Innovation 7 : Inciter les pouvoirs publics à la commande locale et à la promotion des produits locaux

On note des évolutions réglementaires importantes en faveur du consommer local au Togo et au Bénin : mois du consommer local décrété par l'UEMOA, implication du gouvernement togolais dans les cantines scolaires, stratégie sur la production bio au Bénin, etc. Toutefois, le plaidoyer doit se poursuivre pour que des mesures concrètes soient accordées aux producteurs.

Dans le souci de répondre aux questions ci-dessus et d'évaluer le projet, Acting for Life lance cette prestation. Aussi, cette dernière doit permettre d'apporter des **recommandations stratégiques d'intervention** et une réflexion globale sur les **modèles d'organisation facilitant la commercialisation des produits agricoles locaux**.

3.2 Objectifs de l'étude

La mission a pour objectif général de réaliser l'évaluation finale et la mesure d'impacts du projet FAPAMI au Togo et au Bénin.

Les objectifs spécifiques consistent à :

- Fournir aux bailleurs, à AFL et aux partenaires du projet une **appréciation globale** et indépendante de la mise en œuvre du projet (cf critères d'évaluation : pertinence, cohérence, efficacité, impact, durabilité) ;
- Dégager les **principales leçons à tirer** à l'issue du projet (pouvant toucher autant les aspects techniques, conceptuels qu'organisationnels du projet) ; identifier les limites et facteurs de blocage qui ont compromis l'atteinte de certains résultats ; et apporter des recommandations quant aux perspectives ;
- **Evaluer en particulier et mesurer l'impact** du modèle de distribution des produits locaux expérimenté à travers **la centrale de distribution ; et les partenariats commerciaux** entre Servair et les Amap.

3.3 Résultats attendus

Les résultats attendus de cette mission sont les suivants :

- **Evaluer l'intégralité du projet**
 - Evaluer les critères de pertinence, efficacité à produire des résultats, efficacité, durabilité (pérennité, viabilité), impacts observables, cohérence et complémentarité.
 - Mesurer les effets du projet sur les bénéficiaires et les différentes parties prenantes.
 - Réfléchir à la pérennité du projet et à son évolution.
- **Tirer des leçons et apporter des recommandations**
 - Mettre en exergue les apprentissages faits, les réussites, les points de blocage ;
 - Réfléchir aux modalités de continuité du projet, et apporter les recommandations nécessaires à son amélioration.
 - L'étude devra faire des recommandations, sur la base d'actions concrètes, sur les types d'accompagnements nécessaires.
- **Mesurer l'impact (qualitatif et quantitatif) de : 1) la centrale de distribution et 2) du partenariat commercial entre groupement de producteurs / Servair**
 - Dresser un bilan quantitatif et qualitatif du modèle de distribution des produits locaux expérimenté à travers la centrale de distribution au Togo : apprécier le fonctionnement et la gestion de la centrale de distribution, évaluer les résultats atteints, mesurer les impacts et porter des recommandations ;
 - Dresser un bilan quantitatif et qualitatif de l'accès aux marchés institutionnels privés : apprécier les partenariats commerciaux entre Servair et les Amap au Togo et au Bénin, évaluer les résultats atteints, mesurer les impacts et porter des recommandations ;
 - L'étude devrait dégager des données permettant de faire une analyse approfondie sur l'organisation commerciale des producteurs et l'accès aux marchés, mais également de voir s'ils permettent une meilleure rémunération et une meilleure répartition de la valeur ajoutée créée.

4. METHODOLOGIE ET DEROULEMENT DE LA MISSION

4.1 Méthodologie

Les étapes indispensables au bon déroulement de la mission :

- La préparation et le cadrage de l'étude : briefing avec les responsables Acting for Life et revue documentaire (consultation des documents relatifs au projet et à la thématique).
- La mission terrain au Togo et au Bénin, pour rencontrer les partenaires, bénéficiaires et parties prenantes du projet, et conduire des entretiens avec les personnes impliquées ou ayant été impliquées dans la conception, la gestion et la supervision du projet.
- Une recherche documentaire complémentaire et d'autres entretiens seront probablement nécessaires pour établir la mesure d'impacts et porter des recommandations quant à la stratégie d'intervention.
- La restitution « à chaud » après la mission de terrain et le partage des premiers éléments d'analyse et de recommandations avec AFL.
- L'analyse, synthèse et rédaction de l'étude (rapport provisoire puis définitif).

4.2 Lieu de la mission

La mission de consultance se déroulera :

- Principalement à Lomé et Kpalimé au Togo ; et à Cotonou au Bénin, lieux où sont situés les bureaux des partenaires.
- De manière ponctuelle, dans les régions Maritimes et Plateaux au Togo et dans le département Littoral Atlantique au Bénin, zones dans lesquelles se sont déroulées les activités du projet.
- Les phases de recherche bibliographique et rédactionnelle peuvent être menées à distance en dehors des pays concernés par l'étude.

La durée de la mission de consultance n'est pas figée mais la prestation devra être finalisée **avant le 15/03/2022**.

Le budget maximum alloué à cette prestation est de **8 000€**. Ce budget doit inclure tous les coûts (honoraires, perçus, frais de déplacements locaux et internationaux, visas, assurance voyage et vaccins).

4.3 Rapports attendus et calendrier prévisionnel

Calendrier prévisionnel

2 décembre 2021 : lancement de l'appel à manifestation d'intérêt

21 décembre 2021 : réception des offres de consultance

5 janvier 2022 : sélection et contractualisation entre AFL et le consultant-e

Mi-janvier 2022 : démarrage de la mission de consultance et réunion de cadrage

janvier-février 2022 : mission de terrain au Togo et au Bénin

Mi-février 2022 : débriefing de l'équipe de consultance auprès d'AFL

février-mars 2022 : envoi du rapport provisoire puis du rapport définitif

Les livrables

- **Une note de cadrage** devra être fournie, au plus tard 15 jours après le démarrage de l'étude, afin de dégager les principales conclusions de la revue documentaire, de préciser le plan du rapport d'étude, et d'indiquer l'agenda et le déroulement précis de la mission sur le terrain.
- **Un rapport provisoire d'étude** sera produit à l'issue des travaux d'étude (revu documentaire, rdv, mission terrain...) au plus tard 15 jours après la fin de la mission sur le terrain. Il sera transmis à Acting For Life qui formulera ses remarques et observations au consultant dans les deux semaines suivant la réception du rapport provisoire.
- **Un rapport définitif d'étude**, intégrant les observations, devra être disponible dans les 10 jours suivant la réception des commentaires, soit **au plus tard le 15 mars 2022**. Le rapport définitif devra être remis sous format électronique à l'adresse suivante : edandoy@acting-for-life.org. Il devra inclure un résumé et les contacts des personnes rencontrées.

L'ensemble de ces rapports et note resteront la propriété d'AFL qui en assurera elle-même la diffusion.

L'expert a pour obligation de rédiger ces documents en français.

Le rapport d'étude doit :

- Inclure un résumé de l'étude ;
- Présenter brièvement le déroulement de la mission ;
- Indiquer les contacts des personnes rencontrées ;
- Détailler les constats faits et indiquer des données quantitatives et qualitatives ;
- Apporter des recommandations et proposer éventuellement des outils destinés aux différentes parties prenantes du projet.

Le rapport d'étude ne doit pas dépasser 50 pages (hors annexes).

5. EXPERTISE ET PROFIL RECHERCHES

Dans le cadre de cette consultation, il est possible de proposer un travail de **consultance individuelle ou en binôme**, l'essentiel étant de présenter les compétences et qualifications requises.

5.1 Qualifications et compétences requises pour mener la mission

Les qualifications générales requises (pour l'ensemble de l'équipe de consultants):

- L'expert doit avoir au moins une formation universitaire de niveau maîtrise (bac+4) ou équivalent, en agronomie ou économie rurale du développement.
- L'expert doit disposer d'une expérience professionnelle d'au moins 5 ans en Afrique de l'Ouest.
- La maîtrise de la langue française est exigée.

Les compétences spécifiques requises (pour l'ensemble de l'équipe de consultants):

- Expertise significative en évaluation de projets agricoles et d'alimentation sur les territoires ;
- Bonne connaissance et expérience antérieure sur les territoires togolais et béninois ;

- Connaissance et expérience professionnelle en matière d'accès aux marchés agricoles (marchés institutionnels agricoles et agriculture contractuelle) ;
- Connaissance et expérience professionnelle en matière de commercialisation des produits agricoles (stratégies de commercialisation, distribution, promotion) ;
- Expériences techniques et sectorielles dans le secteur de l'agriculture, incluant tous les maillons d'une filière depuis la production-transformation-commercialisation (en particulier sur les filières maraichères et de transformation agroalimentaire) ;
- Aptitude à rédiger, capacité de concertation, d'analyse et de synthèse.

5.2 Critères de sélection et méthodologie d'évaluation du/des consultant(s)

En conformité avec les procédures internes, le choix du consultant sera effectué par AFL, sur la base de cet appel à manifestations et comprenant un minimum de trois candidatures.

L'évaluation repose sur les critères suivants : l'offre technique (30 points / compréhension des termes de référence, méthodologie et calendrier proposés) ; le CV (40 points / formation, expériences, compétences spécifiques **et références**) ; et l'offre financière (30 points / respect du budget, coût des honoraires, durée proposée).

L'offre de prestation ne devra **pas dépasser 8 pages**.

Le devis présenté doit inclure les coûts afférents aux jours de travail à distance et sur le terrain, ainsi qu'un calendrier d'intervention.

Les candidats soumissionnaires doivent également indiquer le pays dont ils sont ressortissants en présentant les preuves habituelles en la matière selon leur loi nationale (N° d'enregistrement + copie du passeport ou de la carte nationale d'identité).

6. DOSSIER DE CANDIDATURE ET MODALITES DE SOUMISSION

6.1 Dossier de candidature

Les candidats soumissionnaires doivent envoyer leur proposition technique et financière, par mail, à Estelle DANDOY (edandoy@acting-for-life.org) **avant le 21 décembre 2021**.

Les consultants désirant soumissionner doivent fournir les éléments suivants :

- a) Une **offre technique**, ne dépassant pas 8 pages, et comprenant :
 - Une note succincte de compréhension des termes de référence et de présentation de la méthodologie utilisée,
 - Les références, CV et expériences de(s) l'expert(s)
 - Le calendrier prévisionnel d'intervention
- b) Une **offre financière** comportant le budget global (Hors Taxe et Toutes Taxes Comprises) et les prix détaillés (honoraires, indemnités journalières, transports...).

6.2 Modalités contractuelles

Les candidats soumissionnaires doivent attester qu'ils ne se trouvent pas dans une des situations décrites ci-dessous.

Sont exclus de la participation à ce marché les candidats soumissionnaires:

- (1) qui sont en état ou qui font l'objet d'une procédure de faillite, de liquidation, de règlement judiciaire ou de concordat préventif, de cessation d'activité, ou sont dans toute situation analogue résultant d'une procédure de même nature existant dans les législations et réglementations nationales ;
- (2) qui ont fait l'objet d'une condamnation prononcée par un jugement ayant autorité de chose jugée pour tout délit affectant leur moralité professionnelle;
- (3) qui, en matière professionnelle, ont commis une faute grave constatée par tout moyen que le Bénéficiaire peut justifier ;
- (4) qui n'ont pas rempli leurs obligations relatives au paiement des cotisations de sécurité sociale ou leurs obligations relatives au paiement de leurs impôts selon les dispositions légales du pays où ils sont établis ou celles du pays du Bénéficiaire ou encore celles du pays où le marché doit s'exécuter;
- (5) qui ont fait l'objet d'un jugement ayant autorité de chose jugée pour fraude, corruption, participation à une organisation criminelle ou toute autre activité illégale portant atteinte aux intérêts financiers des Communautés;
- (6) qui font l'objet d'une sanction administrative mentionnée à la section 2.4.15 du Guide pratique des procédures contractuelles dans le cadre des actions extérieures.

Seront exclus de l'attribution du marché, les candidats ou les soumissionnaires qui, à l'occasion de la procédure de passation de ce marché:

- (1) se trouvent en situation de conflit d'intérêts;
- (2) se sont rendus coupables de fausses déclarations en fournissant les renseignements exigés par le Bénéficiaire pour leur participation au marché ou n'ont pas fourni ces renseignements.