

<b>Consultance / Offre</b>	Rédaction des Stratégies Marketing des produits et services d'assainissement.
<b>Bureau</b>	<b>Gemena, Equateur, RDC</b>
<b>Projet</b>	Sanitation Marketing
<b>Période de consultation</b>	15 Novembre au 15 Décembre 2015
<b>Cc</b>	Joanna Trevor - ACD , Ashley Meek – WASHco,

<b>Le projet</b>	
<b>1</b>	<b>Description du contexte du projet</b>
1.1	<p>Oxfam œuvre en Equateur depuis plusieurs années avec des interventions multisectorielles (Eau hygiène et assainissement, sécurité alimentaire, éducation, etc.). La coordination provinciale est basée à Mbandaka. A Gemena, une base a été mise en place dans le cadre du programme de Marketing de l'Assainissement. Une équipe d'environ 10 personnes pilotent la première phase du projet qui terminera en janvier 2015.</p> <p>A travers la promotion d'un marché effectif des produits et services d'assainissement accessibles et adaptés aux besoins des utilisateurs, 'Sanitation Marketing' vise de réduire significativement la proportion des personnes qui n'ont pas d'accès à des services d'assainissement de base ; particulièrement la promotion des toilettes hygiéniques ainsi que des politiques publiques liées à ce secteur.</p> <p>Le programme travaille sur trois volets principaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• la promotion de la demande en produits et services d'assainissement par les ménages et communautés;</li> <li>• la promotion de l'offre des produits et services d'assainissement sûrs qui peuvent être fournis par des fabricants, constructeurs et fournisseurs locaux; et</li> <li>• La création d'un environnement favorable capable de maintenir une livraison à grande échelle.</li> </ul> <p>La première phase du projet se concentre sur la création d'un cadre de marketing de l'assainissement dans le contexte d'un centre urbain secondaire dans la province de l'Equateur. Afin d'élaborer ce cadre, Oxfam travaille en partenariat avec la section de la Sociologie des Consommateurs et Ménages appuyée par les sections de la Gouvernance et Marketing de l'Université et du Centre de Recherche de Wageningen (WU) des Pays-Bas.</p> <p>Pour mettre au point les produits qui répondent aux besoins des utilisateurs, le projet a mis en œuvre le processus « Human Centered Design » qui a abouti à la proposition des certains produits notamment : - différentes gammes des dalles,- différentes gammes des fosses, - différentes gammes des superstructures.</p> <p>L'offre du consultant pour l'élaboration du document de stratégie marketing rentre dans le <b>volet « 1 »</b> qui vise <b>la promotion de la demande en produits et services d'assainissement par les ménages et communautés.</b></p> <p>Compte tenu de l'objectif et du caractère innovant de l'initiative, il est très important qu'une communication en continu soit menée autour des produits mis au point à l'issue du processus HCD afin de promouvoir la demande desdits produits par les ménages de Gemena. De même, une campagne marketing orientée à la promotion des différents produits et services d'assainissement lancés sur le marché dans le cadre du projet devra être mise en place au moment opportun afin de soutenir la demande.</p>
1.2	<p>Les potentiels utilisateurs auxquels les produits et services d'assainissement sont destinés sont environ 300 000 personnes qui constituent un minimum de 55.000 ménages.</p> <p>Cependant, le marketing devra stimuler l'intérêt d'autres acteurs comme les potentiels producteurs et</p>



	fournisseurs de biens et services d'assainissement, en général les opérateurs économiques, les institutions impliquées dans la dynamique de marché (Autorités locales, Autorités nationales et provinciales), les acteurs du système financier, les facilitateurs du secteur WASH (bailleurs de fonds, organisations, etc.).
1.3	Du point de vue technique, les moyens de marketing, communication et publicité sont limités sur place et se limitent aux radios, décoration de panneaux et banderoles, sketch et d'autres petites activités artisanales.

<b>2</b>	<b>Contribution du consultant</b>
2.1	<p><b>Stratégie Marketing des produits et services d'assainissement</b></p> <p>Le consultant ou agence développera une stratégie pertinente, innovante et viable de marketing visant la <b>promotion de la demande des produits et services d'assainissement ainsi que de l'offre qui s'y rattache</b>. Aussi, la stratégie doit <b>contribuer à aligner l'acquisition de toilettes hygiéniques dans l'ordre des priorités des ménages</b>.</p> <p>De même, la stratégie doit prendre en compte l'étude du marché, l'étude filière, le rapport d'enquête de consommation des produits et services d'assainissement par les ménages de Gemena, l'étude du consultant en micro finance, le rapport du consultant du processus « Human Centered Design », le rapport sur le feed back de suivi des émissions « KALIBO » consacrées à la vulgarisation de l'approche du projet. ces vous seront partagées après la signature du contrat.</p> <p>Le consultant ou agence donnera des orientations de la mise en œuvre des stratégies en vue de la conception de supports de communication adaptés aux cibles pour la promotion des produits et services d'assainissement.</p>

<b>3</b>	<b>Résultats attendus:</b>
3.1	<b>Volet Marketing</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Un document de la stratégie Marketing est élaborée et validée par Oxfam et les principales parties prenantes du projet ;</li> </ul> <p>La stratégie visera</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la promotion des différents produits et services d'assainissement lancés sur le marché,</li> <li>- la promotion de l'acquisition de toilettes hygiéniques au sein des ménages</li> <li>- la visibilité du site de démonstration du projet</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Les orientations claires pour la rédaction d'un plan d'action général et un plan de diffusion sont élaborés ;</li> </ul>
3.2	<b>Autres</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La stratégie ainsi que les supports sont testés par le biais du site de démonstration pour évaluer ceux qui sont le plus appréciés et adaptés et des corrections sont apportées dans la mesure du possible ;</li> </ul>

<b>4</b>	<b>Méthodologie et localisation:</b>
4.1	L'équipe du projet mettra toute la documentation nécessaire à la disposition du consultant/agence
4.2	La consultance pour la rédaction des stratégies de marketing se déroulera à Gemena, centre urbain secondaire et chef lieu de la Province du Sud - Ubangi, République Démocratique du Congo.

<b>5</b>	<b>Délai de la consultance :</b>
	Du 15 Novembre au 15 Décembre 2015.

<b>6</b>	<b>Compétences :</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personne morale (agence de communication et marketing) ou</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personnes physiques (individu) jouissant d'une expérience de 3 ans minimum dans le secteur</li> <li>• Expérience avérée dans l'élaboration, la mise en œuvre et le suivi des stratégies marketing</li> <li>• Connaissance du secteur de l'assainissement ou du marketing social</li> <li>• Familier avec les outils de suivi-évaluation</li> <li>• Excellent en Français et Lingala</li> <li>• Langue Mgbaka souhaitable.</li> </ul>
---

<b>7</b>	<b>Dépôt des offres techniques et financières :</b>
	<p>Une offre technique et financière doit être produite.</p> <p><b>L'offre technique</b> comportera :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ un curriculum vitae détaillé</li> <li>➤ une note synthétique de compréhension du projet et des TdR (max. 1 page);</li> <li>➤ une description de l'approche et de la méthodologie proposées (max.1 page) ;</li> <li>➤ un plan de travail incluant un chronogramme prévisionnel (max.1 page) ;</li> <li>➤ les références récentes pour des services analogues réalisés ou en cours de réalisation</li> </ul> <p><b>L'offre financière</b> déclinera en détail le budget en précisant les coûts unitaires. Elle comprendra aussi tous les frais de subsistance, transport, etc., et les modalités de déblocage.</p> <p>Les offres incomplètes seront automatiquement exclues.</p>
	<p>Les dossiers doivent être envoyés au plus tard le 07.11.2015, à 15h30 de Gemena-Kinshasa à l'adresse :</p> <p>- e-mail <a href="mailto:FNTshishiku@oxfam.org.uk">FNTshishiku@oxfam.org.uk</a> et <a href="mailto:SNdjoli@oxfam.org.uk">SNdjoli@oxfam.org.uk</a></p> <p>Les fichiers <b>ne doivent absolument pas dépasser 2M de taille.</b></p>

<b>Approuvé par</b> (Nom du Superviseur & position)	Coordonnateur Provincial
<b>Date :</b> 29/10/2015	
<b>Signature :</b> 	