



Termes de Reference

Expert/e en Marketing et Communication - TEMPS PARTIEL

Thiès, le 6 Avril 2023

Le Projet **triennal** « *Social business et développement innovant de la filière agro-industrielle de la Région de Thiès (SB-AGROIN)* » , financé par l'Agence Italienne pour la Coopération au Développement (AICS), a démarré en novembre 2019 et il est mis en œuvre par l'ONG Agriculteurs, Solidarité et Développement (ASeS) en partenariat avec l'ONG Green Sénégal, l'association Jëf, l'Institut Sénégalais de Recherche Agricole (ISRA), Arci Culture Solidali, (ARCS), ARCO-PIN S.c.r.l. - Services Didactiques et Scientifiques pour l'Université de Florence, Glocal Impact Network et l'Association des Organisations Italiennes de Coopération et de Solidarité internationale (AOI).

L'**objectif général** du projet SB-AGROIN est d'augmenter la sécurité alimentaire et le revenu des petits producteurs agricoles locales (PPL) et leurs familles dans la région de Thiès, en particulier dans les villages de Keur Yakham, Touly, Yade, Sagnafyl , Niakhip (Commune de Keur Moussa) et le village de Seune Wolof (Commune de Pout), à travers le développement de la chaîne d'approvisionnement agro-industrielle dans la région de Thiès ; l'amélioration de facteurs productifs innovants ; et la transformation des produits de fruits et légumes ainsi que leur commercialisation.

Les **objectifs spécifiques** du projet SB-AGROIN sont les suivants :

- Augmenter la production agricole des PPL et leur regroupements paysans (coopératives, associations, GIEs);
- Augmenter les produits agricoles transformés et vendus sur le marché.
- Création d'entreprise

Justification

Le projet SB-AGROIN, parmi ses différents objectifs, soutient la **création d'entreprises** avec finalités **sociales** (« **entreprises sociales** ») dans la région de Thiès. En particulière l'initiative prévoit :

- La **création d'une entreprise** avec finalités sociales sur les services agricoles durable (i.e. compostage) afin qu'elle puisse garantir la diffusion des facteurs productifs innovants afin d'améliorer la production agricole ;
- Soutien et accompagnement technique à l'entreprise déjà existante qui gère le centre de transformation de fruits, légumes et céréales construit par le projet dans la commune de Keur Moussa.

A cet égard, au cours des deux ans et demi du le projet, SB-AGROIN a accompagné :

- Des jeunes dans la création d'une entreprise sociale (Der Gui) qui, dans un premier temps, offrira des services agricoles durables, notamment la production et la commercialisation de compost pour les producteurs locaux de la zone. Le compost est un engrais organique obtenu par le traitement de déchets organiques collectés séparément qui peut contribuer à lutter contre la désertification des sols et le changement climatique. En ce sens, le produit du compostage fait partie de la stratégie du projet, à savoir la création d'entreprises sociales qui peuvent contribuer à améliorer la production agricole des producteurs locaux. Par la suite, dès que l'entreprise sera plus structurée, elle pourra offrir d'autres services agricoles tels que la production de maraichage etc. Le projet a accompagné les entrepreneurs dans le développement d'un plan d'affaire afin d'accéder au crédit pour acheter les matériaux nécessaires au démarrage de l'entreprise.
- Les femmes entrepreneuses du Réseau des Femmes Productrices et Transformatrices (RFPT) à structurer leur activité entrepreneuriale à gérer l'Unité de Transformation (UT). L'UT sera focalisée sur la production et transformation de produits à base de fruits et légumes. En outre, l'UT sera équipée des machines et des outils nécessaires à la transformation des produits.

De manière générale, SB-AGROIN doit continuer à soutenir les deux entreprises à gérer les nombreux difficultés et risques liés à leurs activités notamment la gestion du crédit et son remboursement, la gestion de la production et la commercialisation, la gestion de relations avec les fournisseurs, les clients, les commerçants et les autres partenaires. Identifier et suivre une stratégie et un plan marketing des produits offerts par les entreprises, ainsi qu'une stratégie de communication efficace sont apparus comme besoins urgents notamment au niveau de chaque entreprise. C'est pourquoi dans le cadre de la mise en œuvre du projet, la stratégie de marketing et de la communication a été retenu comme une activité prioritaire.

Objectif Général

L'objectif général du consultant/e local/e dans le cadre du projet SB-AGROIN est de renforcer la commercialisation et la vente des produits offerts par les deux entreprises cibles.

Objectifs Spécifiques

Le/a consultant/e local/e a pour mission principale de :

- Former les entreprises en marketing et communication, ainsi que les stratégies et outils pour développer un plan marketing (i.e., analyse SWOT, stratégie de « 4 P », etc.)
- Évaluer les opportunités du marché de deux entreprises et développer une stratégie et un plan de marketing et communication adapté à chaque entreprise pour leur permettre d'atteindre les objectifs de positionnement sur le marché et de vente (i.e., ciblage des clients, canaux de vente et de promotion, etc.)
- Élaborer des supports de communication online et offline adaptés et du contenu pour favoriser la commercialisation des produits de deux entreprises (i.e. flyers, dépliant de présentation des produits, emailing, site internet, social média etc.);
- Identifier et mobiliser les circuits existants de commercialisation des produits des entreprises à faveur des entreprises (circuits courts de distribution, les grandes surfaces, les petits commerces etc.) ;
- Organiser, coordonner et animer l'équipe marketing de deux entreprises ;
- Suivi de la mise en œuvre des stratégies marketing, en particulier les volets « communication » (porte-à-porte, campagnes médias, etc.) ;
- Actualiser et suivre régulièrement (au moins toutes les deux semaines) l'exécution de la stratégie de marketing et communication pour chaque entreprise.

Résultats attendus

Les résultats attendus sont les suivants :

- Des module/s de formation sur marketing et communication à bénéfice des entreprises sont développés et délivrés ;
- Une stratégie et un plan de marketing bien structurés pour chaque entreprise sont réalisés ;
- Des supports de communication pour chaque entreprise (i.e. flyers, dépliant de présentation des produits) sont réalisés et utilisés per les entreprises de manière correcte.
- Globalement, la commercialisation des produits offerts par les entreprises est renforcée, ainsi que l'image et le positionnement des entreprises sur le marché.

Tâches et responsabilités supplémentaires

Tâches et responsabilités supplémentaires aux activités directement liées à la réalisation d'objectifs spécifiques mentionné ci-dessus:

- Participation aux rencontres de cadrage/de suivi général de coordination avec les experts internationaux (PIN) et les partenaires du projet SB-Agroin ;
- Être le/la référent/e pour les deux entreprises (pour tous ce qui concerne la partie de marketing) tout au long de la période de travail du consultant/e et éventuellement

signaler toute exigence ou difficulté des entrepreneurs aux experts internationaux (PIN) et aux partenaires du projet ;

- Pendant toute la période de travail du consultant/e, maintenir une communication constante et directe avec des experts internationaux (PIN) et les partenaires du projet afin de les tenir au courant des activités réalisées et planifiées, de l'avancement des activités, des éventuelles difficultés et de toute autre information pertinente ;
- Coordonner, suivre et superviser toutes les semaines le travail des entreprises sur le terrain et envoyer aux experts internationaux (PIN) des résumés hebdomadaires sur les activités réalisées et l'état de lieu ;
- Se déplacer de manière autonome pour rencontrer régulièrement les entreprises lors des phases de formation et d'accompagnement.
- Superviser régulièrement, coordonner et communiquer directement avec les entreprises à travers les moyens et méthodes de communication que le/la consultant/e juge les plus efficaces.

Durée et engagement de travail attendu

La période de travail doit démarrer dans le mois de mai 2023 pour s'achever jusqu'à la fin du projet (actuellement le 10 juin 2023, mais avec possibilité d'extension jusqu'à 10 décembre 2023). Disponibilité et flexibilité sont requises pour mener à bien les activités du projet lorsque cela est nécessaire.

Le/a consultant/e local/e devra également se déplacer de manière autonome pour rencontrer régulièrement les bénéficiaires sur le terrain lors des phases de formation et d'accompagnement.

Rémunération

Le/a consultant/e local recevra un paiement d'environ 260.000 FCFA par mois.

Profil de consultant local

- Diplôme et Études supérieures en marketing et communication ;
- Au moins 5 ans d'expérience dans l'accompagnement et l'appui des PME dans la partie marketing et commercialisation ;
- Expérience préalable dans la formation en marketing et communication

Région de travail

Région de **Thiès**, Sénégal.

Envoi de la candidature

Veillez envoyer :

- Une **lettre de motivation** ;
- Le **CV**

à l'adresse suivante : enrica.bianco@arcolab.org au plus tard le **21 Avril** 2023 insérant comme objet : « **SB AGROIN : Candidature Expert marketing & communication 2023**».