

TDR

**Consultance**

1. **MISSION**

Le programme Congo de WCS a en charge la mise en œuvre du programme de gestion durable de la faune sauvage (SWM Programme) au Congo. WCS recherche un.e consultant.e pour appuyer le projet dans la mise en oeuvre de l’évaluation d’impact de la campagne de marketing sociale de Brazzaville

1. **DESCRIPTION DU PROJET**

La viande sauvage est une source essentielle de protéines animales pour les habitants des pays d'Afrique centrale. C'est une composante essentielle de la sécurité alimentaire et une source importante de revenus pour les habitants des forêts rurales qui répondent à la demande croissante de viande sauvage de la part des populations urbaines en pleine expansion.

Cependant, cette forte consommation de viande sauvage dans les villes a des conséquences sur la durabilité de la faune sauvage. C'est à ce titre que le programme de gestion durable de la faune sauvage, Sustainable Wildlife Management (SWM) en anglais (UE 2023-2026) vise à promouvoir une gestion durable de la faune sauvage à plusieurs niveaux. Ce programme est financé par l’Union Européenne et la phase actuelle couvre la période 2023-2026. En particulier, le programme vise à créer les conditions pour que les communautés rurales ciblées dans le nord du Congo puissent gérer directement les ressources fauniques (amélioration de la gouvernance intercommunale). En parallèle, le programme vise à diminuer la demande en viande sauvage dans les zones urbaines, en favorisant l’introduction de nouvelles habitudes alimentaires pour augmenter la consommation des protéines d’origine domestique et diminuer celles d’origine sauvage.

Le processus de changement de comportement d'une population/communauté peut se faire sous différentes formes, parmi lesquelles l'utilisation de campagnes de marketing social. Dans le cadre du programme SWM et en collaboration avec l’équipe du Programme Urban Bushmeat (WCS, RDC) la WCS a drafté la stratégie d’une campagne de marketing sociale à Brazzaville, visant la réduction de la consommation des viandes sauvages afin de garantir la durabilité des ressources fauniques, la sécurité alimentaire des populations qui en dépendent et, indirectement, à réduire les risques de zoonoses dus à la consommation de la viande sauvage.

1. **Contexte**

Brazzaville est la capitale de la République du Congo, elle compte 2 millions d' habitants et elle est divisée en neuf arrondissements, chacun d'entre eux étant habité par des populations venant des pays voisins, comme la République centrafricaine et la République démocratique du Congo, ainsi que du nord et du sud du pays. Cela en fait une ville cosmopolite dont les caractéristiques et les habitudes alimentaires varient d'un quartier à l'autre.

À Brazzaville, trois aspects principaux ont été pris en compte pour segmenter la population qui démontre toujour un fort taux de consommation de viande sauvage: 1) la fréquence de la consommation de viande de brousse, 2) la volonté d'essayer de nouveaux aliments et 3) l'exposition à différents types de médias. Sur la base de ces critères et au travers un étude de mode de vie de la population, la campagne a identifié les hommes et femmes âgés de 18 à 34 et les hommes de 35 ans plus comme groupes cibles.

Les principaux lieux de consommation de la population cible sont la maison et les restaurants, avec les amis ou les membres de la famille. Les principales barrières qui peuvent leur empêcher de balancer sur des alternatives à la viande de brousse sont liées aux aspects culturels (tradition alimentaire), liés à la santé (nourriture qui considère sain) qui est sain, de bon goût, appétissant et “de confiance”, à cause de la connaissance de son origine (forêts Congolaise). En revanche, les avantages qu’ils perçoivent à consommer des alternatives sont liés aux facteurs économiques (prix élevé de la viande de brousse par rapport aux alternatives) et plus comportementales (renforce la relation vis-à-vis de qui prépare les nouveaux plats, permettent la découverte des nouvelles gastronomies etc).

Les canaux de communication les plus exploités par la population cible sont les médias (télévision, radio, réseaux sociaux) ainsi que les événements publics (carnavals et foires).

**Relations**

Le.a consultant.e en évaluation de campagne relèvera de la Coordination SWM Congo, notamment la Food System Programme Manager (WCS Congo). Le.a consultant.e disposera d'un coordinateur des activités de terrain basé à Brazzaville avec lequel il sera en contact permanent aux différentes étapes de l'évaluation. Le.a consultant.e assurera également la liaison avec d'autres membres des équipes du SWM Congo, ainsi qu'avec les partenaires du projet, selon les besoins, pour la réalisation des prestations prévues dans le cadre de ce service.

**Responsibilities**

1. Développer une stratégie globale d'évaluation de la campagne qui stipule toutes les formes de données quantitatives et qualitatives requises pour évaluer pleinement les efforts actuels et futurs de réduction de la demande, y compris les détails des informations internes au projet qui doivent être compilées.
2. Concevoir une enquête d'évaluation d'impact de référence (*baseline*) reproductible pour évaluer les changements dans les connaissances, les attitudes et les pratiques des consommateurs.
3. Analyser les données de référence.
4. Apporter un soutien technique au Coordonnateur des activités sur le terrain dans la phase de collecte des données et construction de la base des données.
5. Apporter une contribution d'expert à la conception des phases ultérieures de la campagne sur la base des résultats des évaluations.
6. Rédiger le rapport des résultats des analyses.

**Deliverables**

1. Stratégie complète d'évaluation de la campagne
2. Rapport d'évaluation d’impact de référence de la campagne de Brazzaville (*baseline*): base des données, analyses, résultats
3. **PROFIL DU (DE LA) CANDIDAT(E)**
4. Diplôme de niveau universitaire dans un domaine pertinent tel que les sciences sociales, la communication, la santé publique, la conservation de la faune, ou tout autre domaine connexe. Les candidats avec une formation en évaluation de programme, en recherche sociale, en statistiques, en marketing ou en sciences de l'environnement pourraient également être bien adaptés à ce rôle. Un diplôme de master ou une qualification supérieure dans l'un de ces domaines serait un atout supplémentaire, surtout s'il est accompagné d'une expérience professionnelle pertinente.
5. Expérience en évaluation de campagnes de marketing social. Le candidat devrait avoir une expérience préalable dans l'évaluation de campagnes de sensibilisation ou de marketing social, de préférence dans le domaine de la conservation de la faune sauvage ou de la sécurité alimentaire.
6. Compétences en recherche et analyse. Une solide expérience dans la conception, la mise en œuvre et l'analyse d'enquêtes quantitatives et qualitatives est essentielle. Le candidat doit être capable de développer une stratégie d'évaluation complète et de concevoir une enquête d'évaluation d'impact reproductible.
7. Connaissance du contexte local. Une compréhension approfondie du contexte socio-économique et culturel de Brazzaville, ainsi que des habitudes alimentaires et des comportements de consommation de viande sauvage, est nécessaire pour mener une évaluation précise.
8. Compétences en communication et coordination. Le candidat doit être capable de travailler en étroite collaboration avec l'équipe du programme SWM Congo, ainsi qu'avec les partenaires locaux, et doit avoir d'excellentes compétences en communication pour assurer une coordination efficace des activités sur le terrain.
9. Capacité d'analyse et de rédaction. Le candidat doit être capable d'analyser les données recueillies de manière approfondie et de rédiger un rapport complet présentant les résultats de l'évaluation, ainsi que des recommandations pour les phases ultérieures de la campagne.
10. Autonomie et proactivité. Le candidat doit être capable de travailler de manière autonome, de prendre des initiatives et de résoudre les problèmes rencontrés pendant le processus d'évaluation de la campagne.

**Durée et type de contrat**

Le contrat du consultant s'étend sur une durée de 3 mois, entre Mai 2024 et Juillet 2024. La présence à Brazzaville n'est pas requise, mais pour le travail à distance, tu devras fournir tous les outils nécessaires.

**Propositions**

Les propositions doivent comprendre les éléments suivants :

* Proposition technique (y compris une proposition de méthodologie) de déploiement des différentes activités et la livraison des livrables (max 10 pages).
* Proposition financière en USD qui comprend le coût journalier du service pour un maximum de 20 jours (format excel).
* Documentation qui atteste que la mise en œuvre des travaux similaires, le cas échéant.

**Évaluation des offres**

Les offres seront évaluées par un comité de sélection composé de représentants de WCS. L'évaluation technique des offres sera basée sur leur conformité aux termes de référence et aux critères suivants : compréhension et interprétation des TdR, méthodologie, et qualifications des consultants. Une note technique sera attribuée à chaque proposition conforme. Les propositions qui n'abordent pas les aspects critiques des TdR, ou qui n'obtiennent pas un score technique minimum, seront rejetées à ce stade.

Les offres techniquement valables feront l’objet d’une analyse financière.

**Soumissions**

Veuillez soumettre vos propositions (offre technique et financière) + CV + Lettre de motivation à l’attention du Responsable Ressources Humaines à l’adresse *wcscongobrazza@wcs.org* et copier la Food System Program Manager à l’adresse *dantonacci@wcs.org*, avant 17h00 (WAT) **le 17 mai 2024.** Veuillez indiquer "Evaluation Marketing sociale - SWM” dans la ligne d'objet du courriel.

*Seuls les candidats retenus seront contactés.*