

**Termes de références pour le recrutement d'un(e)
consultant(e) externe pour l'élaboration d'une stratégie
de commercialisation des produits de l'agroécologie.**

I- **Objet des Termes de Références (TdR):**

Renforcement et organisation de la fonction commercialisation des produits de l'agroécologie au sein du RIAM, promouvoir pour une meilleure viabilité des unités de production agroécologique et faciliter l'accès, la disponibilité et la qualité des produits agricoles locaux aux marchés

II- **Présentation du RIAM :**

Le Réseau des Initiatives Agro-écologiques au Maroc (RIAM) est une association dédiée à la promotion et au développement de l'agro-écologie à travers le Maroc. En réunissant diverses organisations, agriculteurs, consommateurs et acteurs engagés, le RIAM vise à favoriser des pratiques agricoles durables, respectueuses de l'environnement et socialement équitables. Grâce à des initiatives de formation, de sensibilisation et de collaboration, le réseau œuvre pour renforcer la résilience des systèmes agricoles marocains et de soutenir les communautés des agriculteurs qui ont choisis de s'engager dans les démarches agroécologiques.

III- **Contexte et éléments de la problématique :**

1. **L'agroécologie au Maroc :**

L'agro-écologie au Maroc est en plein développement, répondant aux défis environnementaux et climatiques du pays. Soutenue par des initiatives locales et des réseaux comme le RIAM, elle se présente comme une alternative durable à l'agriculture conventionnelle. Cependant, elle fait face à des défis tels qu'un soutien institutionnel limité, la nécessité de former les agriculteurs opérant et l'accès difficile à des marchés équitables. Malgré ces obstacles, l'agroécologie présente un potentiel prometteur et se montre comme un levier pour le changement climatique et pour consommer responsable, mais nécessitant un soutien accru pour se déployer pleinement.

2. **Cadre et éléments de la problématique**

a) **Le cadre :**

Dans le cadre de son programme d'amélioration continue et de promotion des pratiques agroécologiques, le RIAM cherche à renforcer **les circuits courts à travers** les marchés locaux pour soutenir les agriculteurs, les consommateurs avertis et améliorer la sécurité alimentaire et **promouvoir un système alimentaire durable**. La promotion de l'agroécologie revêt une importance capitale pour encourager les petits agriculteurs à adopter des pratiques respectueuses de l'environnement, économiquement viables et durables.

b) **L'enjeu**

Actuellement, les agriculteurs rencontrent des difficultés en raison de l'absence d'organisations structurées qui leur permettrait de mieux valoriser leurs productions face aux produits issus de

l'agriculture conventionnelle. Ces défis incluent des problèmes liés à la commercialisation, à une valorisation équitable de leurs produits et à l'accès aux marchés locaux.

Afin de répondre à ces défis et de promouvoir efficacement l'agroécologie, il est essentiel de développer des formules de commercialisation appropriées permettant de valoriser ces produits pour que ceux-ci soient durables, inclusifs et adaptés aux besoins spécifiques de chacune des régions du réseau d'initiatives agroécologiques au Maroc. L'initiative de création du marché paysan en est un exemple, bien qu'il soit dans ses débuts. Des formules de commercialisation diversifiées et territorialisées contribueront à structurer les chaînes de valeurs des filières des productions agroécologiques, à renforcer les capacités des agriculteurs et à améliorer la disponibilité, la visibilité et la compétitivité de leurs produits sur le marché.

c) La commercialisation comme levier puissant pour la promotion de l'Agroécologie : Le cas du marché -paysan comme expérience innovante :

Dans ce contexte l'importance de la commercialisation ne peut être sous-estimée. Elle joue un rôle clé en incitant les petits agriculteurs à adopter des pratiques agroécologiques, en leur offrant des perspectives économiques viables et en garantissant un revenu stable et équitable. Pour ce faire, il est nécessaire de réaliser un état des lieux des systèmes actuels de commercialisation et de proposer des pistes de solutions innovantes et adaptées.

Le RIAM prévoit de lancer une mission visant à élaborer une stratégie de commercialisation des produits agroécologiques. A cet effet, il envisage de recruter un(e) consultant(e) externe pour mener cette mission.

Cette mission comprendra un diagnostic de la situation actuelle des circuits de distribution et de commercialisation existants, une évaluation des besoins spécifiques tant au niveau des producteurs que des consommateurs, une analyse des défis, ainsi que la formulation de solutions et de **recommandations** concrètes et viables pour valoriser et assurer une commercialisation et une distribution équitable des productions agroécologiques.

d) Le défi

Le défi est de créer un cadre favorable à la commercialisation des produits agroécologiques, permettant ainsi de soutenir les petits agriculteurs qui ont fait le choix de produire « Agro-écologiquement », de promouvoir les pratiques durables et de renforcer la sécurité alimentaire au niveau local et **assurer aux producteurs l'accès à des débouchés commerciaux équitables, stables et durables**

IV- Objectifs de la Mission :

1. Objectifs généraux :

- Élaborer une stratégie de commercialisation visant le renforcement, l'organisation de la commercialisation des produits **agroécologiques** des membres **adhérents** du RIAM **et un développement socio-économique territorial.**

- Promouvoir et valoriser les produits **agricoles et les pratiques respectueuses de l'environnement** dans leurs territoires notamment les zones **de Rabat, de Casablanca de Marrakech et de Fès et Meknès** pour un meilleur rayonnement de ce type d'agriculture à cette échelle territoriale **et un appui plus important à la transformation de produits agricoles locaux**

2. Objectifs spécifiques :

- Disposer d'un modèle de marché paysan (سوق الفلاح) à adopter et à suivre pour mieux harmoniser la structure des marchés existants et à créer ; tout en tenant compte des spécificités locales des lieux d'ancrage du marché paysan ;
- Créer un concept « Marché "Paysan/ سوق الفلاح" » qui fera office de modèle **économique** pour les marchés paysans à créer au niveau régional et en faire la référence pour la restructuration des marchés paysans existants ;
- Cadrer l'usage des espaces des marchés paysans par des procédures, des cahiers des charges et/ou un manuel de procédures spécifiques, en cohérence avec les missions et les objectifs du RIAM ainsi que sa charte des valeurs;
- Proposer d'autres formules de commercialisation **à travers les circuits courts** et les cadrer par des manuels de procédures ;
- Proposer des outils pour la promotion des produits agroécologiques **auprès des différentes cibles pour toucher et impliquer un grand nombre de consommateurs à la démarche de la commande locale.**

3. Résultats :

- Un état des lieux faisant ressortir des éléments sur la situation actuelle est réalisé
- Des formules innovantes et efficaces de commercialisation **et de mutualisation de la distribution des produits agroécologiques sont proposées ;**
- Des modèles favorisant les circuits courts et l'accès direct des agriculteurs aux consommateurs ;
- Un cahier des charges qui assure la qualité et la traçabilité des produits est élaboré ;
- Des modèles de formules de détermination des prix permettant de disposer de prix équitables au regard des principes et des pratiques agroécologiques, sont proposés ;
- Un modèle de marché paysan est mis en place dans les deux régions de Rabat/Casa et de Marrakech ;

- Une charte des valeurs et des principes auxquelles les adhérents et les producteurs doivent adhérer est élaborée. (Cette charte devra cadrer les pratiques agricoles durables et respectueuses de l'environnement).
- Un cadre de gestion efficace des espaces et des pratiques de commercialisation afférentes aux formules de commercialisation est identifié.

En engageant un(e) consultant(e) expérimenté(e) pour réaliser cette mission, le RIAM espère développer une stratégie performante et adaptée aux besoins des producteurs, et qui contribue à la pérennisation des initiatives agroécologiques engagées par le RIAM.

V- Le cahier des charges de la mission :

Le (la) consultant(e) aura pour mission d'élaborer une stratégie de commercialisation des produits agroécologiques, proposer un modèle de Marché Paysan et d'autres formules de commercialisation des produits agroécologiques transposables, tout en contextualisant ses items/formules et en tenant compte des spécificités locales.

Les modèles à proposer devront être décrits et assortis d'esquisses/Croquis, faisant ressortir les designs des partis d'aménagement à proposer. Ces éléments peuvent servir pour élaborer les TDR d'une éventuelle consultation d'un architecte ou d'un designer. Ils doivent être facilement utilisables par les différents acteurs de l'agroécologie.

La mission englobe aussi un cadrage réglementaire pour permettre aux usagers du marché (commerciaux et clients consommateurs) pour s'approprier de leurs droits, de leurs obligations, ainsi que des fonctionnalités à respecter au sein de cet espace commercial.

A cet effet ; le /la consultant (e) est appelé(e) à mener l'étude en quatre phases :

Phase 1 : Note méthodologique consolidée qui fera état de feuille de route pour la réalisation de la mission.

Phase 2 : Réaliser un état des lieux qui couvre les aspects suivants :

- a. Un diagnostic concernant la commercialisation des produits de l'agroécologie au sein du RIAM. : Sur la base de la conduite d'entretiens avec les acteurs impliqués, faire ressortir les forces et les faiblesses de ces activités telles que vécues par les producteurs et les transformateurs membres adhérents du RIAM ainsi que les contraintes vécues par les consommateurs;**
- b. Un diagnostic des formules et des modalités de commercialisation des produits agroécologiques :** Énumérer les différentes formes de commercialisations usitées (Paniers. Boutiques, distributions...). Examiner les circuits de commercialisation, les intermédiaires éventuels avec leurs parts du marché ;
- c. Le diagnostic des marchés paysans existants comme étant la formule promue et soutenue par le RIAM moyennant le SPG :** Ce diagnostic concernera les implantations géographiques,

l'organisation et la fonctionnalité des espaces, la nature des produits, la dynamique dans le temps et dans l'espace, le matériel utilisé, les aspects économiques. Cette phase se réalisera en deux étapes.

- d. **Examiner le SPG : Le rôle de la labellisation SPG dans la distinction des produits ainsi que son impact sur la qualité de ces produits et sur leurs valorisations;**
- e. **Faire remonter des éléments et documenter sur la situation de la commercialisation des produits d'agro-écologie.** Cette phase se réalisera en deux étapes :
 - ✓ Compiler les données, les interpréter et en tirer les conclusions sur les situations de la commercialisation des produits de d'agroécologiques ;
 - ✓ Dégager des pistes de changements qui peuvent aider à construire les axes des travaux à réaliser lors des phases qui suivent.

Phase 3 : Propositions de formules de commercialisation des produits d'agroécologie et modèle de marché:

Cette phase se réalisera en deux étapes :

a. Etape 1 : Formules de commercialisation :

Sur la base des résultats du diagnostic, faire des propositions étayées de formules connues ou innovantes de commercialisation des produits d'agroécologie (Paniers, marchés solidaires, étagères solidaires, agro-tourisme, tourisme gastronomique...) autres que la formule « Marché Paysan ». Des recommandations peuvent être formulées à ce sujet.

b. Etape 2 : Proposer un modèle de Marché :

- Un descriptif du modèle : Le consultant(e) est appelé(e) à décrire le modèle à proposer :
 - Positionnement géographique : Le lieu idéale de son ancrage géographique ;
 - Proposer un système de gouvernance pour ces espaces commerciaux.
- c. Proposer des actions de commercialisation et de marketing appropriées pour chacune des formules.

Phase 4: Cadrage réglementaire et pérennisation:

Cette phase se réalisera en deux étapes :

- a. **Etape 1 : les éléments de cadrage réglementaire et d'appui ; (Mieux cadrer la gouvernance des marchés) :**
 - **Énumérer et identifier les acteurs internes et externes :**
 - ✓ Internes : Membres du RIAM, Instances du RIAM...
 - ✓ Partenaires externes : Bailleurs, services techniques sectoriels (Ministère de l'Agriculture, ONSSA, ...), des organisations de la société civile, coopératives, GIE...

- **Estimer le budget requis pour la création et le fonctionnement du Marché Paysan :**

Estimer le budget nécessaire pour monter un marché, le budget moyen pour son fonctionnement et les sources de financement potentielles (Les usagers, les bailleurs, les dons..).

- **Proposer un projet de règlement intérieur pour le fonctionnement du Marché** et un cahier des charges avec les conditions à remplir par les vendeurs pour l'accès au Marché comme, le label SPG, l'autorisation ou l'agrément de l'ONSSA éventuellement, ainsi qu'un projet de contrat-type régissant la relation entre les producteurs/vendeurs/gestionnaires du marché Paysan et le RIAM.

b. Etape 2 : Modalités et outils de pérennisation :

- Proposer des méthodes et des outils de pérennisations des formules proposées ;
- Identifier des pistes de levés de fonds **pour mettre en œuvre les projets de Marchés Paysans et pour promouvoir la commercialisation ;**
- une requête pour le financement d'un projet « Marché-Paysan. Il s'agit de reformuler la proposition du Marché Paysan sous forme de projet bancable et en rédiger les termes de références sous le format requis en vue de soumettre des projets à des **bailleurs**.

VI- Livrables :

Le Consultant (e) est appelé (e) à remettre 4 livrables comme suit :

1. Une note méthodologique consolidée : (Phase 1)

La note méthodologique à remettre doit donner la démarche à suivre par le (la) consultant(e), les outils à utiliser. Cette note méthodologie devra être assortie d'un calendrier de réalisation.

Ladite note doit être consolidée suite aux observations et aux ajustements éventuels apportés par le RIAM.

2. Un rapport diagnostic : Ce rapport donnera l'état des lieux avec en annexe les outils et les documents utilisés ; (Phase 2)

3. Un rapport sur les différentes formules de commercialisation, la proposition du modèle de Marché paysan.

a. **Etape 1 :** Formules de commercialisation

b. **Etape 2 :** Proposer un modèle de Marché paysan :

4. Un rapport décomposé contenant : Eléments de cadrage et d'appui à la gouvernance et-outils de pérennisation (Phase 3).

a. **Etape 1 :** les éléments de cadrage réglementaire et d'appui ;

b. **Etape 2 :** Modalités et outils de pérennisation.

Dans le cas des phases comprenant deux étapes, le livrable comprendra la phase dans sa globalité, toutefois le consultant peut faire valider chaque étape à part avant de remettre la phase concernée dans sa globalité. Dans ce cas un ordre d'arrêt des travaux pour une courte durée peut lui être accordé.

Chacun des livrables, est remis :

- ✓ En 3 exemplaires en version provisoire et en version électronique
- ✓ En 10 exemplaires en version définitive et en version électronique après satisfaction des observations du RIAM et selon les délais indiqués ci-après.

VII- Calendrier, délais d'exécution et de remise des livrables et durée globale de la mission/

- 1) Le/la consultant(e) est appelé(e) à fournir un calendrier d'exécution de sa soumission et le consolider dans le livrable n° 1 ;
- 2) Durée de la mission : La mission est prévue pour une durée de **6 (Six) mois**, commençant à la signature du contrat et après l'avis de commencer les travaux notifiés au consultant(e).
- 3) **La remise des livrables se fera selon les délais suivants.**

Phases	Consistance	Étape	Livrables : Rapport numéro	Délais de livraison des Livrables après validation de la phase antérieure	
				Rapport Provisoire	Rapport définitif après Notification des observations
Phase I	Rapport Méthodologique	Etape1 : Rapport Méthodologique	1	15 jours	1 semaine
Phase II	État des lieux	Etape1 : État des lieux	2	2,5 mois	2 semaines
Phase III	Formules de commercialisation et modèle de Marché	Étape 1 : Formules de commercialisation	3	2 mois	1 semaine
		Etape 2 : Modèle de Marché			1 semaine
Phase IV	Cadrage réglementaire et pérennisation	Etape 1 : Eléments de cadrage et d'appui	4	1 mois	1 semaine
					1 semaine
Total				6 mois	9 semaines

VIII- Qualifications requises

Les candidat(e)s éligibles pour soumissionner au présent AMI doivent répondre aux critères suivants :

1. Diplômé(e) d'une école ou d'une université supérieure de commerce/gestion, de Marketing, d'agroéconomie, de gestion de projets, d'économie ou équivalent.
2. Avoir au moins 5 ans d'expériences dans les domaines de la commercialisation ou de l'Entrepreneuriat, de la Société civile, de l'économie Sociale et Solidaire ou de domaines similaires. Une expérience dans les marchés et circuits agricoles est souhaitée.
3. Une aisance dans la-communication et la dynamique de groupe.
4. Disposer d'une capacité à travailler de manière autonome et à respecter les délais.
5. Maîtriser la langue Française et la langue Arabe. L'anglais est souhaitable (un plus).

IX. Modalités de Paiement

Les paiements seront effectués selon les modalités suivantes :

- 15 % à la remise de la note méthodologique consolidée dans sa version définitive ;
- 40 % à la remise du rapport - Diagnostic dans sa version définitive
- 25 % à la remise des formules de commercialisation, modèle de marché paysan dans sa version définitive ;
- 20 % à la remise des outils de pérennisation, élément de cadrage et d'appui dans sa version définitive.

X. Soumission des Candidatures et critères de sélection

Les consultant(e)s intéressé (e)s par cet AMI sont invité(e)s à soumettre leurs offres selon les modalités suivantes :

- a. Un dossier technique et administratif qui doit comprendre :
 - Le CV détaillé du consultant ;
 - Une note méthodologique relatant les approches, les démarches et les outils selon lesquels le/la consultant (e) envisagera de conduire la mission.
 - Des attestations de référence délivrées par hommes de l'art et des Maitres d'ouvrage pour lesquels le candidat a réalisé des prestations et/ou des lettres de recommandations délivrées par des clients ou par des employeurs.
- b. Une offre financière.

Les concurrents doivent déposer avant **le 02/12/2024 à 17h 00**, leurs plis dans le bureau du RIAM sis à **Résidence Massira 5, Immeuble 3, Appartement 1, Avenue Al Majd- Hay Yakoub El Mansour- Rabat** : ou les envoyer par voie électronique à l'adresse suivante : **reseuagroecologiemaroc@gmail.com**

Passé ce délai, aucune autre demande ne sera prise en compte.

PS : -Dans le cas du dépôt physique de la soumission : Les documents (a) et (b) doivent être présentés dans des enveloppes séparées. Ces enveloppes doivent être fermées et cachetées ou signés par les soins du candidat.

-Dans le cas de l'envoi par courrier électronique : Les documents (a) et (b) doivent être envoyés séparément.

Le cachet de la poste fera foi quant à la date de l'envoi.

XI. Evaluation des soumissionnaires :

Les candidatures seront évaluées sur la base des critères suivants :

1) Evaluation technique : (NT) sur 20

- Pertinence et qualité des qualifications et de l'expérience (E). Sur 8 :
 - ✓ Profil Adéquat : 8/8
 - ✓ Profil moyennement adéquat : 4/8
 - ✓ Profil non adéquat : 0 /8 (Note éliminatoire).
- Compréhension des objectifs et de la méthodologie proposée. Méthodologie (C) sur 12 :
 - ✓ Compréhension de la problématique et des objectifs de la mission 4 ;
 - Bonne compréhension de la problématique et des objectifs de la mission 4/4
 - moyenne compréhension de la problématique et des objectifs de la mission 2/4
 - Mauvaise compréhension de la problématique et des objectifs de la mission 0/4
 - ✓ La méthodologie adoptée 8 :
 - Réponds bien aux exigences 8/8
 - Réponds moyennement aux exigences 4/8
 - Ne réponds pas du tout aux exigences 0/8 (Note éliminatoire).

NT = E+C sur 20

2) Evaluation financière : Note Financière (NF) : (F0/Fnx100)

- ✓ F0 : l'offre financière la plus basse
- ✓ Fn : La note examinée.(n)

La proposition financière la mieux disante. Sur 4/4 selon la formule suivante :

Note finale = 0, 75xNT+0,25xNF

Les évaluations techniques se feront avant l'ouverture des plis des offres financières.

Les candidats peuvent être convoqués pour soutenir/argumenter les contenus de leurs soumissions (Réponses au présent AMI) devant la commission de sélection.

Contacts

Pour toute question ou demande d'informations supplémentaires, veuillez contacter :

Mme Rachida MEHDIOUI

Présidente du RIAM (Réseau des Initiatives Agroécologiques au Maroc)

GSM: +212 (0) 661 386 387

Mail: reseauagroecologiemaroc@gmail.com

Site: <http://reseau-riam.org>

Facebook: <https://www.facebook.com/AgroecologieMaroc>

Pour le Réseau des Initiatives Agroécologiques au Maroc (RIAM)

La Présidente Mme Rachida Mehdioui.

Le 15 NOVEMBRE 2024


شبكة مبادرات الفلاحة البيئية بالمغرب
RIAM
Réseau des Initiatives agroécologiques au Maroc
reseauagroecologiemaroc@gmail.com