

Termes de Références

Consultant individuel
Étude de faisabilité et feuille de route
Salon national du romarin – ANEF



COOPFAM

تمكين المرأة من خلال تطوير تعاونيات
غابات الأرز وإكليل الجبل في المغرب
Autonomisation des femmes à travers
le développement des coopératives
forestières de cèdre et de romarin
au Maroc

À propos de SOCODEVI

La Société de Coopération pour le Développement International (SOCODEVI) a pour mission de contribuer à améliorer les conditions de vie des collectivités, en soutenant la création et le renforcement d'entreprises coopératives ou mutualistes durables et inclusives. Depuis la création de SOCODEVI en 1985, nous avons exécuté plus de 500 projets, accompagnant plus de 1000 entreprises coopératives et associatives appuyées dans 42 de pays aux quatre coins du monde, touchant ainsi plus de 14 millions de personnes. À travers ses projets et l'engagement du mouvement coopératif et mutualiste du Québec, elle contribue à la création d'emplois stables garantissant des conditions de travail équitables, à l'amélioration de l'accès aux formations techniques pour des milliers de femmes rurales ainsi qu'à la sécurité alimentaire et au droit à une alimentation adéquate des populations.

Contexte du mandat

Le projet **COOPFAM** vise à renforcer la contribution des coopératives de Plantes Aromatiques et Médicinales (PAM) au développement socio-économique local, en particulier autour du **romarin**, ressource stratégique pour de nombreuses régions du Maroc.

Mis en œuvre en coordination avec l'**ANEF** et plusieurs partenaires techniques, le projet appuie la professionnalisation des coopératives (gouvernance, qualité, commercialisation), l'amélioration des pratiques de gestion durable et la valorisation des produits.

Dans cette optique, l'ANEF projette l'organisation d'un Salon national/international du romarin, répondant à une double finalité : d'une part, promouvoir la filière aux niveaux national et international, et d'autre part, instaurer un cadre de rencontre, d'échange et de synergie entre l'ensemble des acteurs concernés. Les objectifs, tant principaux que complémentaires, se déclinent comme suit :

- **Valoriser les coopératives et les acteurs de la chaîne de valeur** en leur offrant une vitrine nationale et internationale pour présenter leurs produits et savoir-faire.
- **Renforcer les capacités commerciales et techniques** des coopératives et transformateurs à travers des ateliers, conférences et démonstrations pratiques.
- **Stimuler les opportunités d'affaires (B2B, B2C)** et favoriser la conclusion de partenariats commerciaux, technologiques ou institutionnels.
- **Faciliter l'accès aux marchés nationaux et internationaux**, en mettant en relation les acteurs locaux avec des distributeurs, exportateurs et investisseurs.
- **Promouvoir l'innovation et la recherche** dans le domaine des PAM, notamment autour des techniques de transformation, de certification et de valorisation des produits dérivés du romarin.
- **Encourager la durabilité de la filière** à travers la sensibilisation aux bonnes pratiques de gestion des ressources naturelles et de préservation des écosystèmes.
- **Sensibiliser le grand public** à l'importance du romarin comme ressource patrimoniale et économique, et à son rôle dans la santé, l'alimentation et le bien-être.
- **Mettre en avant l'égalité femmes-hommes et l'inclusion des jeunes**, en soulignant la place des femmes et des nouvelles générations dans la filière et en favorisant leur participation active.

- **Renforcer la notoriété du Maroc** comme pays producteur de PAM de qualité et de romarin en particulier, et positionner le Salon comme rendez-vous de référence en Afrique du Nord.
- **Créer un espace d'échanges** institutionnels, scientifiques et professionnels, permettant de débattre des enjeux de réglementation, de certification, de financement et de structuration de la filière.

2) Contexte et justification

Au Maroc, le romarin est principalement présent dans les zones arides et semi-arides du Moyen Atlas, du Haut-Atlas oriental et des Hauts plateaux de l'Oriental, où il représente une composante majeure du couvert végétal. Il s'étend sur une superficie d'environ 1 Mha, sous forme de peuplements naturels purs ou en association avec d'autres espèces, constituant ainsi une ressource végétale stratégique pour de vastes régions du pays. Cette plante joue un rôle majeur dans l'économie locale et nationale, puisqu'elle génère une activité économique significative au profit des coopératives de cueilleurs, des unités de transformation et des opérateurs exportateurs. Sa valorisation, allant de la cueillette traditionnelle aux produits finis à forte valeur ajoutée, contribue à la création d'emplois, à l'amélioration des revenus des populations rurales et au développement territorial.

Les produits dérivés du romarin sont multiples et variés, comprenant notamment les feuilles séchées, les huiles essentielles, les hydrolats, ainsi que les extraits et poudres.

La demande pour ces produits connaît une croissance soutenue, tant au niveau national qu'international, portée par les besoins croissants des secteurs cosmétique, pharmaceutique, agroalimentaire et aromatique. Cette dynamique révèle un fort potentiel de développement pour la filière, qui se trouve à un tournant stratégique.

Pour valoriser pleinement cette ressource et répondre aux exigences des marchés, il devient nécessaire de renforcer l'organisation de la filière, de moderniser les pratiques de production et de transformation, et de mettre en place une stratégie de promotion adaptée, capable de positionner le romarin marocain et ses dérivés sur des segments à haute valeur ajoutée.

Malgré son potentiel économique, social et environnemental considérable, la filière du romarin au Maroc reste confrontée à de nombreuses contraintes structurelles et organisationnelles qui freinent son développement et limitent sa compétitivité sur les marchés nationaux et internationaux. Ces difficultés concernent à la fois l'amont de la chaîne, marqué par la production et la cueillette, et l'aval, lié à la transformation, la commercialisation et l'accès aux débouchés. Elles se traduisent notamment par :

- Une **structuration insuffisante**, avec des acteurs dispersés et une coordination limitée entre production, transformation et commercialisation ;

- Des **difficultés de traçabilité et de qualité**, rendant complexe l'assurance de produits conformes aux standards nationaux et internationaux ;
- Une **faible visibilité commerciale**, limitant l'accès aux marchés formels et aux opportunités d'exportation ;
- Une **dépendance partielle aux marchés informels**, générant une volatilité des revenus pour les producteurs et transformateurs ;
- Un **accès limité aux financements et aux dispositifs de soutien**, freinant la modernisation des unités de production et de transformation ;
- Des **pratiques de cueillette parfois non durables**, pouvant affecter la régénération des formations naturelles et la préservation de la biodiversité ;
- Une **capacité limitée d'innovation et de valorisation** des produits dérivés, freinant le développement de gammes à forte valeur ajoutée ;
- Un **manque de formation et de compétences techniques** parmi certains acteurs de la filière, impactant la qualité et la compétitivité des produits.

Dans ce contexte, l'organisation d'un Salon national dédié au romarin permettrait de structurer et de dynamiser la filière, de renforcer la gouvernance et la régulation du secteur, et de développer de nouveaux débouchés commerciaux. Elle contribuerait également à promouvoir la durabilité environnementale, à favoriser l'inclusion sociale et l'emploi local, à stimuler l'innovation et la valorisation des produits dérivés, ainsi qu'à faciliter l'accès aux financements et aux dispositifs de soutien.

3) Objectifs de la mission

Objectif général :

La mission a pour objectif principal d'établir la faisabilité globale du Salon national du romarin, en prenant en compte les dimensions technique, économique, logistique, institutionnelle et environnementale. Elle vise également à définir une feuille de route opérationnelle complète, garantissant une organisation efficace, durable et cohérente avec les enjeux de la filière.

Objectifs spécifiques :

La mission se décline en objectifs spécifiques visant à étudier la filière dans ses différentes dimensions, à évaluer la faisabilité du Salon et à proposer les conditions nécessaires à son organisation efficace et durable, et se présente comme suit :

- **Analyser la filière romarin** : identifier et cartographier l'ensemble des acteurs impliqués, évaluer les volumes produits et transformés, étudier les marchés nationaux et internationaux, examiner le cadre réglementaire applicable, et

intégrer les enjeux liés au genre, à l'inclusion sociale et à la valorisation des communautés locales.

- **Évaluer la viabilité du Salon** : déterminer le positionnement stratégique de l'événement, identifier les cibles prioritaires, définir le format et la durée du Salon, sélectionner les lieux et le calendrier optimaux, et explorer les partenariats institutionnels, techniques et financiers nécessaires pour assurer sa réussite.
- **Proposer des scénarios d'organisation** : élaborer plusieurs options d'organisation (minimal, standard et premium), détaillant les contenus, activités et services associés à chaque scénario, tout en proposant un plan de financement et de sponsoring adapté aux besoins et ressources disponibles.
- **Élaborer une feuille de route opérationnelle** : concevoir un plan détaillé incluant la planification des tâches, la répartition des responsabilités, les procédures à suivre, l'identification des risques et des mesures de mitigation, ainsi que les stratégies de communication et de promotion, en intégrant les aspects de durabilité environnementale et de valorisation sociale.
- **Évaluer les besoins logistiques et opérationnels pour le Salon** : anticiper les ressources nécessaires en termes d'infrastructures, de services et d'organisation sur site.
- **Proposer des mécanismes de mobilisation des partenaires et sponsors** : identifier les contributions possibles des acteurs publics et privés pour soutenir financièrement et institutionnellement le Salon.
- **Établir des recommandations pour la durabilité et l'impact du Salon** : garantir que l'événement contribue à la structuration de la filière, à l'inclusion sociale et au développement économique local.

4) Périmètre et questions clés

Afin d'assurer une analyse complète et cohérente de la faisabilité du Salon du romarin, la mission portera sur un ensemble de dimensions interdépendantes qui couvrent à la fois les aspects techniques, économiques, institutionnels, logistiques, environnementaux et sociaux. Le consultant devra répondre à un certain nombre de questions stratégiques permettant d'éclairer les choix relatifs au positionnement du Salon, à ses modalités d'organisation, à sa gouvernance et à son financement. Ces axes d'analyse, détaillés ci-après, constitueront le socle méthodologique de l'étude et guideront l'élaboration des scénarios ainsi que de la feuille de route opérationnelle.

- **Filière** : cartographie des parties prenantes (ANEF, coopératives PAM, transformateurs, ONSSA, universités, distributeurs, exportateurs, régions,

laboratoires de recherche, ...). L'étude porte également sur les normes de qualité applicables aux produits, les pratiques de durabilité environnementale et sociale, ainsi que les enjeux d'équité de genre et d'inclusion.

- **Marché & positionnement** : analyse des marchés nationaux et internationaux du romarin et de ses produits dérivés, afin d'identifier les opportunités de développement et les segments porteurs. Elle comprend l'évaluation des cibles commerciales, tant en B2B (professionnels, distributeurs, exportateurs) qu'en B2C (consommateurs finaux), ainsi que la segmentation des visiteurs potentiels du Salon. Par ailleurs, un benchmark des événements similaires, au niveau national et international, permettra de dégager les meilleures pratiques et d'orienter le positionnement stratégique et la conception du Salon.
- **Scénarios du Salon** : élaboration des scénarios du Salon consiste à définir différentes options d'organisation et de contenu, incluant des espaces d'exposition pour les produits et services, des conférences et tables rondes sur les thématiques de la filière, des démonstrations pratiques et ateliers techniques, ainsi que des concours de qualité pour valoriser les meilleurs produits. Ces scénarios permettront d'adapter l'événement à différents niveaux d'ambition et de ressources (minimal, standard, premium), tout en optimisant l'expérience des participants et l'impact du Salon sur la structuration de la filière.
- **Configuration & modalités d'organisation** : proposition de modalités d'organisation physique du Salon, en analysant les différentes options disponibles telles que chapiteaux temporaires, centres d'expositions, espaces polyvalents en intérieur ou extérieur, ou autres infrastructures adaptées. Cette analyse devra prendre en compte la capacité d'accueil, l'aménagement des stands et zones d'animation, la logistique des flux de visiteurs, la facilité d'accès et la flexibilité pour accueillir différentes activités.
- **Période & durée** : proposition de la période la plus appropriée pour l'organisation du Salon, en tenant compte des disponibilités des acteurs et des opportunités de participation et d'engagement des parties prenantes. Cette analyse permet de déterminer la durée optimale de l'événement ainsi que sa périodicité, afin de garantir un impact maximal sur les participants, les exposants et l'ensemble de la filière.
- **Participants essentiels** : identification de l'ensemble des acteurs clés du Salon, y compris les exposants, les partenaires institutionnels et privés, les sponsors potentiels, les intervenants et les publics cibles. L'objectif est de définir clairement les participants indispensables au succès de l'événement et d'optimiser leur mobilisation pour garantir la pertinence, l'attractivité et l'impact du Salon sur la filière.

- **Localisation** : proposition du lieu le plus approprié pour l'organisation du Salon, en précisant la région et la ville concernées. L'analyse repose sur plusieurs critères, notamment l'accessibilité pour les participants et les exposants, la disponibilité et la qualité des infrastructures, les capacités d'accueil adaptées au nombre attendu de visiteurs et d'exposants, les coûts logistiques, ainsi que l'attractivité globale et le potentiel de visibilité du site. L'objectif est de sélectionner un emplacement optimal qui maximise la réussite de l'événement, favorise la participation des acteurs clés et renforce l'impact du Salon sur le développement et la structuration de la filière.
- **Budget & financement** : élaboration d'une estimation détaillée des dépenses et des recettes prévues pour l'organisation du Salon, en prenant en compte les coûts liés aux équipements, à la logistique, aux infrastructures, aux ressources humaines et aux activités prévues. Elle inclut également l'élaboration d'une stratégie de tarification pour les stands, le sponsoring et la billetterie, ainsi que l'identification des partenariats publics et privés et des opportunités de mécénat/patronage. L'objectif est de garantir la viabilité financière de l'événement tout en maximisant les ressources mobilisables pour assurer la réussite et la pérennité du Salon.
- **Gouvernance & conformité** : définition des mécanismes de gouvernance et des règles de conformité pour l'organisation du Salon. Elle inclut la mise en place de comités dédiés à l'organisation, au volet scientifique et à la communication, l'établissement des règles de participation, l'obtention des autorisations nécessaires, ainsi que la définition des mesures de sécurité et des assurances. Par ailleurs, la dimension durable sera intégrée à travers des politiques visant à réduire l'impact environnemental de l'événement, telles que le zéro déchet et la neutralité carbone. L'objectif est d'assurer une organisation structurée, transparente et conforme aux normes, tout en valorisant les bonnes pratiques en matière de durabilité.
- **Communication & visibilité** : définition de la stratégie de communication et de promotion du Salon afin d'assurer sa notoriété et son attractivité auprès des différents publics cibles. Elle inclut la création de l'identité visuelle de l'événement, la mise en place d'un site web pour les informations et les inscriptions, la couverture médiatique via la presse et les réseaux sociaux, ainsi que la mobilisation d'ambassadeurs de la filière pour valoriser le romarin et ses produits dérivés. Par ailleurs, la stratégie intègre une ouverture internationale, en lien avec d'autres salons, le commerce en ligne (e-commerce) et les opportunités d'exportation, afin de renforcer l'impact du Salon sur la visibilité et le positionnement de la filière à l'échelle nationale et internationale.

- **KPI** : proposition des principaux indicateurs permettant de mesurer le succès et l'impact du Salon. Ils incluent le nombre d'exposants et de visiteurs, les retombées B2B et les opportunités commerciales générées, la couverture médiatique et la visibilité de l'événement, ainsi que les ventes réalisées pendant et après le Salon. Des indicateurs qualitatifs tels que la satisfaction des participants et l'évaluation de l'impact environnemental seront également pris en compte.

5) Résultats attendus (livrables)

La mission devra aboutir à la production de livrables structurés et opérationnels permettant de disposer à la fois d'un diagnostic approfondi de la filière du romarin et d'outils pratiques pour l'organisation du Salon national. Ces livrables serviront de base de décision pour l'ANEF et ses partenaires et devront répondre aux standards de qualité attendus, tant sur le fond que sur la forme. Ils devront également être rédigés en français clair et professionnel, et présentés dans des formats facilitant leur appropriation et leur utilisation par les parties prenantes.

La mission devra produire les livrables détaillés ci-après :

Livable	Contenu / Description	Format / Destinataires
Note de démarrage (Inception Report)	Méthodologie adoptée, calendrier détaillé, besoins en données complémentaires	Document Word/PDF ≈ 10 pages (15 pages au maximum)
Rapport de diagnostic et de faisabilité (provisoire puis final)	Analyse de la filière, étude de marché/benchmark, scénarios et budgets, risques, plan de financement/sponsoring, recommandations (lieu/date/format)	Document Word/PDF
Feuille de route opérationnelle	Planning Gantt (pré-salon, salon, post-salon), matrices RACI, check-lists, procédures, plan de communication, trames de contrats et règlements	Document Word/PDF
Présentation PowerPoint	Synthèse des principaux résultats et recommandations	20-25 diapositives
Tableau de bord	Suivi des indicateurs clés (KPI) pour le Salon : exposants, visiteurs, ventes B2B/B2C, retombées médiatiques, satisfaction, impact environnemental et genre	Excel / tableau interactif

6) Méthodologie (indicative)

La méthodologie de la mission s'appuiera sur une approche **rigoureuse, participative et analytique**, combinant exploitation des données existantes, consultations des parties prenantes et travaux de terrain, afin de produire des livrables fiables et directement opérationnels.

Les principales étapes méthodologiques incluent :

- **Revue documentaire** et exploitation des données disponibles auprès de l'ANEF et de ses partenaires.
- **Entretiens ciblés** avec l'ANEF, les coopératives PAM, les transformateurs, l'ONSSA, les collectivités territoriales, les sponsors et les médias.
- **Groupes focus régionaux** impliquant les coopératives et autres acteurs locaux pour recueillir leurs retours et besoins spécifiques.
- **Visites sur site** des espaces événementiels pressentis afin d'évaluer leur adéquation en termes d'accessibilité, capacité et équipements.
- **Analyses multicritères** des options de localisation et d'organisation : coûts, accessibilité, risques, durabilité environnementale et sociale.
- **Construction de scénarios** pour l'organisation, incluant aspects budgétaires, logistiques et de gouvernance.
- **Ateliers de restitution et itérations** avec l'ANEF pour valider les analyses, ajuster les recommandations et finaliser la feuille de route.

7) Plan de travail et calendrier

La mission est prévue sur une durée de **8 semaine pour 30 jour travaillée** et s'articule selon les grandes phases suivantes :

Période	Activités principales
Semaine 1	Démarrage de la mission : Inception, collecte des informations et élaboration du plan de travail détaillé. Livraison du rapport de démarrage en fin de semaine 1
Semaines 2 à 4	Diagnostic approfondi de la filière : identification des acteurs, analyse des marchés et benchmarking, recueil des données primaires et secondaires.
Semaines 4 à 6	Étude de faisabilité : élaboration des scénarios d'organisation, estimation budgétaire, analyse des options de financement et de sponsoring.
Semaine 7	Élaboration de la feuille de route opérationnelle : procédures,

	matrices RACI, plan de communication et préparation des outils de suivi. Livraison des rapports et livrables brouillons en fin de semaine 7
Semaines 8	Réunion de restitution et finalisation des livrables et ajustements éventuels. Livraison livrables finaux en fin de semaine 8

8) Profil recherché

Le consultant ou l'équipe sélectionnée devra présenter un profil expérimenté, polyvalent et opérationnel, capable de conduire l'ensemble de la mission conformément aux exigences du projet. Les critères suivants sont attendus :

- **Expérience professionnelle** : consultant(s) senior(s) disposant d'au moins 7 ans d'expérience dans l'organisation d'événements économiques, agroalimentaires, forestiers ou dans les filières PAM, ou une équipe pluridisciplinaire combinant compétences en événementiel, marketing, agroéconomie et environnement.
- **Références avérées** : réalisation d'études de faisabilité et organisation de salons ou événements sectoriels comparables, avec preuves documentées (rapports, attestations, extraits de livrables).
- **Compétences techniques** : maîtrise de la planification budgétaire, du sponsoring et mécénat, de la communication événementielle et de la prise en compte des critères de développement durable.
- **Connaissance du contexte marocain** : réglementation nationale, procédures administratives, fonctionnement des collectivités territoriales et spécificités des filières PAM, ...
- **Aptitudes analytiques et rédactionnelles** : capacité à produire des analyses pertinentes, synthétiques et des livrables clairs en français.
- **Compétences en gestion de projet** : capacité à planifier, coordonner et suivre des missions complexes, en respectant délais et budgets.
- **Capacités relationnelles et coordination** : aptitude à collaborer efficacement avec l'ANEF, les partenaires du projet et les parties prenantes externes.
- **Innovation et esprit critique** : capacité à proposer des solutions créatives, adaptées aux enjeux de la filière et aux attentes du projet.

Le consultant ou l'équipe devra également démontrer rigueur, autonomie, esprit de synthèse et capacité à travailler en coordination avec les partenaires du projet

9) Organisation, supervision et ressources

SOCODEVI est le responsable de la gestion de ce contrat pour le projet COOPFAM en partenariat avec l'ANEF.

Le projet mettra à disposition les documents de référence, Le consultant assure son matériel, ses déplacements et frais (à préciser dans l'offre).

- **Coordination et suivi** : des réunions de suivi et de coordination seront organisées toutes les deux semaines pour valider l'avancement de la mission, ajuster la méthodologie si nécessaire et garantir l'alignement avec les objectifs du projet, en présence des représentants de l'ANEF (DATP et DEF) ainsi que de SOCODEVI.
- **Documentation et ressources** : le projet mettra à disposition l'ensemble des documents de référence et données pertinentes nécessaires à la réalisation de la mission.
- **Responsabilités du consultant** : le consultant assure la prise en charge de ses **déplacements, hébergements, matériel et autres frais opérationnels**, lesquels devront être clairement détaillés dans son offre financière.

Cette organisation garantit une supervision continue, une interaction régulière avec le maître d'ouvrage et un accès aux informations essentielles pour la réalisation des livrables.

10) Sélection – critères d'évaluation

La sélection des candidatures se fera selon une **évaluation combinant les critères techniques et financiers**, selon la pondération suivante :

Critère	Description	Pondération
Compréhension & méthodologie	Pertinence de l'approche proposée, clarté de la méthodologie, adéquation avec les objectifs de la mission	25 %
Expérience pertinente & références	Références similaires, qualité des missions antérieures, preuves documentées	25 %
Organisation de la mission & calendrier	Structuration du plan de travail, respect des délais, cohérence avec les livrables attendus	10 %
Qualité des livrables proposés	Clarté, pertinence et professionnalisme des livrables envisagés	10 %
Offre financière	Adéquation du coût proposé par rapport aux prestations, distinction claire honoraires / frais	30 %

Notation globale : 70 % technique, 30 % financière.

11) Budget et modalités de paiement

Le candidat proposera un forfait (honoraires + frais) en distinguant les deux clairement dans son offre financière.

Le règlement des prestations sera **lié à la validation des livrables** selon le calendrier suivant :

Livrable validé	Pourcentage du paiement
Note de démarrage (Inception Report)	20 %
Rapport de faisabilité provisoire	40 %
Rapport final + feuille de route opérationnelle + présentation PowerPoint	40 %

Une **enveloppe indicative** de 500.000 MAD pourra être communiquée aux soumissionnaires afin de les guider dans l'élaboration de leur offre financière.

Cette approche garantit à la fois **la qualité des livrables**, **la transparence financière** et le respect du calendrier de la mission.

12) Dossier de candidature

a) Dossier Administratif :

- Lettre d'intérêt, références (liens/attestations) ;
- CV détaillé ;
- Identification fiscale – RC – ICE – Patente ;
- RIB ;
- Expériences similaires ;

b) Offre financière :

- Proposition financière détaillée en dirhams marocains (quantité, coût unitaire, coût total par article).
- Respect strict des désignations et spécifications des articles mentionnés dans la demande de devis.

c) Offre technique :

- Proposition des références techniques (méthodologie, calendrier, livrables).

Les dossiers de candidatures devront être obligatoirement déposés au plus tard le **08 octobre 2025** à l'adresse électronique : ma002coopfam@socodevi.org en mettant comme objet : **Consultant – Salon national du romarin- NOM_PRENOM.**

Pour toute question sur le mandat, veuillez les envoyés sur l'adresse
ma002coopfam@socodevi.org

13) Dispositions complémentaires

Propriété intellectuelle : les livrables sont la propriété du projet COOPFAM et de l'ANEF.

Confidentialité : les données et documents fournis ne pourront être diffusés sans accord écrit de SOCODEVI et de l'ANEF.

Éthique et conformité : respect des règles de passation et des normes sanitaires et environnementales en vigueur.

Langue de travail et des livrables : français.