



Girls-Choice-Future 2

Projet de réduction de la prévalence de la malnutrition chez les adolescentes dans le district sanitaire de Goudomp, Région médicale de Sédhiou, au Sénégal.

**Les Termes de Références :
Recrutement d'un Spécialiste en marketing social**

Août 2024

i. CONTEXTE :

Amref Health Africa (Amref) est une organisation internationale de santé publique basée en Afrique. L'ONG forme des agents de santé locaux et fournit des services de santé pour répondre aux besoins sanitaires les plus dynamiques et les plus critiques du continent. Elle met actuellement en œuvre 178 programmes, touchant directement des millions de personnes dans 37 pays africains. L'organisation est guidée par sa vision d'un "changement durable en matière de santé en Afrique" et par sa mission d'améliorer l'accès durable à la santé pour les communautés africaines grâce à des solutions en matière de ressources humaines pour la santé, de prestation de services de santé et d'investissements dans le domaine de la santé. Son siège social se trouve à Nairobi, au Kenya, et elle dispose de huit bureaux nationaux en Afrique et plus de dix bureaux de collecte de fonds en Europe et en Amérique du Nord. Plus de 97 % du personnel de ses programmes est africain, ce qui permet de toujours relever les défis locaux grâce à l'expertise locale.

Amref renforce les systèmes de santé et forme des professionnels de la santé pour relever les défis liés à la santé reproductive, maternelle, néonatale et infantile (RMNCH), aux maladies infectieuses et non transmissibles, à l'accès à l'eau potable et à l'assainissement, aux interventions chirurgicales, diagnostiques et cliniques, et à l'autonomisation des femmes et des jeunes filles. Son approche est basée sur la communauté. Amref travaille également avec les plus hauts niveaux de leadership au niveau régional, national et sous-régional. En 2020, les interventions d'Amref ont atteint plus de 7,8 millions de personnes directement (58% de femmes/filles) et 30,4 millions indirectement.

Depuis 2011, Amref Sénégal travaille en étroite collaboration avec le Ministère de la Santé et de l'Action Sociale (MoHSA) et le ministère de l'éducation nationale. Depuis 2021 Amref a formalisé son partenariat avec le MEN dans le cadre d'un protocole d'accord pour déployer des programmes de renforcement du système de santé. Les projets de Santé de la Reproduction Maternelle Néonatale et Infantile ont bénéficié à plus de 65 000 femmes, 127 000 enfants et 250 000 autres membres de la communauté. Nous avons formé près de 2000 agents de santé et travaillons avec un réseau actif de 1 500 agents communautaires de santé notamment à Sédhiou et Kolda.

La région de Sédhiou est l'une des régions les plus pauvres du sud du Sénégal, avec respectivement 78% de la population vivant dans la pauvreté. Le taux de mortalité des enfants de moins de 5 ans est 78/1000 à Sédhiou (contre 57/1000 au niveau national).

La région de Sédhiou est marquée par une faiblesse de la couverture en services de santé (1 hôpital pour 483 769 habitants à Sédhiou contre 1/100 000 selon la norme OMS ; 1 médecin pour 53 387 habitants contre 1/10 000 ; 1 infirmière pour 6 549 habitants contre 1/3 000 ; en 2020, la région n'a ni gynécologue, ni pédiatre, ni chirurgien pédiatre). Concernant les services en charge de la santé de des adolescents et les jeunes, pour cette région où 57% de la population a moins de 20 ans, il n'y a qu'1 Centre Conseil Adolescent, 1 Centre Médico-scolaire et très peu d'espaces adolescents jeunes fonctionnels. La pression exercée par la crise COVID-19 sur ces maigres ressources est en train de générer un débordement des services existants et donc une grande raréfaction de l'offre sanitaire pour cette tranche d'âge, alors que la pandémie risque au contraire d'aggraver la malnutrition et l'insécurité alimentaire pour les populations les plus vulnérables¹. En plus, la prise en compte de la santé de reproduction et de la nutrition des adolescents reste quasi absente dans les plans locaux de riposte à la COVID-19.

Les adolescentes de Sédhiou étaient déjà particulièrement affectées par la dénutrition avant l'épidémie². Dans cette région, 7,3 % des femmes en âge de reproduction (15-49 ans) présentent un déficit pondéral global probablement hérité d'un retard de croissance (27,8% dans la région, le plus fort taux national), 15,7 % présentent une maigreur modérée à sévère et 52,6% présentent une anémie. Alors que la région de Sédhiou,

située en Casamance, dispose d'une bonne capacité de production agricole, les ménages consomment une alimentation très peu diversifiée (à Goudomp, district ciblé par le projet, 28,6% des ménages sont dans le groupe de consommation alimentaire moyen à pauvre). On peut s'attendre à une aggravation de l'état nutritionnel de la population compte tenu du fait que les ménages de la zone montrent une résilience assez faible (selon l'indice de stratégies de survie simplifié), 42,1% vivaient déjà sous pression et 10,7% étaient déjà en situation de crise avant l'épidémie, 51,8% étaient en sécurité alimentaire, soit parmi les plus élevées du pays).

La nécessité de s'attaquer au problème de la nutrition adolescente s'amplifie par la « flambée » des grossesses précoces en milieu scolaire liée à l'épidémie de COVID-19 au 1er semestre de l'année 2020 dans la région, selon un rapport du Groupement d'Etudes et d'Enseignement sur la Population (GEEP) d'août 2020. Cette donnée est d'autant plus préoccupante que Sédhiou connaissait déjà la plus forte proportion de grossesses précoces du pays (30%) avant l'épidémie³. Selon la DCMS, cette tendance s'explique également par la rupture de l'information auprès des jeunes filles, qui ne vont plus au poste de santé et sont de fait moins éclairées sur leurs droits et leurs choix en matière de sexualité. Elles sont une cause première d'abandon (54,43% chez les filles enceintes) et d'échec scolaire (39,39% répètent leurs cours). Alors que la mortalité périnatale augmente déjà de 50% quand la mère a moins de 20 ans et que les complications liées à la grossesse et l'accouchement sont la 2^e cause de mortalité chez les mères de 15-19 ans⁴, **les conséquences de ces grossesses précoces sont encore plus dramatiques si l'adolescente souffre déjà de malnutrition – et notamment d'anémie - ou présente un état nutritionnel à risque**. Une grossesse précoce chez les adolescentes en situation de dénutrition augmente les risques de morbidité maternelle (besoins nutritionnels concurrents pour l'adolescente en croissance et son bébé), de complication et de mortalité lors de la grossesse et de sous poids de l'enfant à naître⁵, auxquels se rajoutent les potentiels handicaps ou malformations liées au manque de certains nutriments

Fort de ce constat et des résultats de premier Phase du projet G.C.F au niveau de la région de Sédhiou. Amref a obtenu du gouvernement italien des fonds pour la mise en œuvre d'une seconde phase dans la même région plus particulièrement dans le département de GOUDOMP pour une durée d'un an allant d'août 2023 à juillet 2024.

C'est dans ce contexte qu'Amref Health Africa compte réaliser une campagne de marketing sociale d'une durée d'un mois à partir du 1^{er} septembre 2024 afin d'accompagner les communautés sur la consommation des aliments locaux à haute valeur nutritionnelle par les adolescents.

La réalisation de cette campagne de marketing social permettra d'évaluer le résultat attendu ci-après ;

- **R3. Les producteurs locaux sont capables de mettre à disposition des ménages les plus vulnérables et des écoles des aliments à haute valeur nutritive est durablement renforcée.**

Au travers des formations et de l'accompagnement fourni par Amref, les producteurs/trices locaux verront leurs capacités renforcées à produire des aliments (aliments bruts ou produits transformés) à haute valeur nutritionnelle pour la consommation des ménages dont l'état nutritionnel est à risque, en particulier les ménages ayant des femmes enceintes et allaitantes, des adolescentes et des enfants de moins de 5 ans à risque. Par la campagne de marketing social menée dans le cadre du projet, les populations auront pris conscience de la valeur de la consommation alimentaire locale dans le cadre d'une alimentation saine et adaptée à leurs besoins. Les écoles du district seront également sensibilisées à la disponibilité de cette production locale dans le cadre de leurs programmes d'alimentation scolaire. A terme, il est attendu que les ménages et les écoles s'approvisionnent en aliments locaux diversifiés et de qualité auprès des producteurs mobilisés par le projet.

⁴ UNFPA, OMS, [Prévenir les grossesses précoces et leurs conséquences en matière de santé reproductive chez les adolescentes dans les pays en développement](#)

⁵ WHO, Adolescent Nutrition, A review of the situation in selected South-East Asian countries

Objectifs de la campagne de marketing sociale :

Objectif global :

Ancrer durablement la consommation des aliments locaux à haute valeur nutritionnelle dans les pratiques des adolescentes à travers une approche basée sur le changement de comportement (CCC - communication pour le changement de comportement et marketing social).

Cette campagne de marketing sociale aura donc pour but de promouvoir auprès des producteurs locaux les produits disponibles dans la zone d'intervention du projet.

Objectifs spécifiques et Dimensions :

- Améliorer l'accès immédiat et à long terme des adolescentes à une alimentation de qualité et diversifiée dans le district de Goudomp.
- Prévenir les maladies liées à la malnutrition aux adolescents
- Permettre aux adolescents de bien suivre leur éducation de manière épanouie

Mission de la consultance :

Le ou la consultant(e) aura pour mission de produire un plan marketing exhaustif pour la campagne de marketing social en fonction des objectifs dégagés.

Méthodologie :

Dans le cadre de l'élaboration du plan marketing, le ou la consultant(e) travaillera en parfaite collaboration avec le Chef du projet Girls Choice Futur 2.

Il procédera d'abord à une revue documentaire pour prendre connaissance du projet. Ensuite, il ou elle fera des échanges avec les différents acteurs et parties prenantes du projet.

Après étude et élaboration du plan marketing, le ou la consultant(e) fera une première restitution avec les responsables du projet afin de recueillir et intégrer leurs retours.

Durée de la consultance :

La durée de la consultance est de 10 jours ouvrable à compter de la date de signature du contrat.

Livrable :

Le ou la Consultant(e) livrera un plan marketing exhaustif avec les éléments ci-après ;

- Contexte et justification
- Objectif du plan marketing
- Diagnostique stratégique
- Cible du plan
- Elaboration des messages
- Définition d'un plan actions marketing

Profil du consultant :

- Avoir un Bac +5 en management des organisations, marketing-communication, sciences sociales et ou autres diplômes équivalents
- Avoir au minimum 10 ans d'expériences dans le domaine du développement
- Avoir une bonne connaissance du secteur de la santé, notamment la nutrition.

Compétences

- Savoir mener à bien une étude marketing dans le cadre du développement
- Être en mesure d'élaborer un plan marketing de manière efficace et efficiente
- Savoir élaborer un kit de produit marketing destiné à une campagne.

Soumission des offres

Les candidats.es intéressés.ées devront produire les informations sur leurs capacités, qualifications et expériences démontrant qu'ils.elles sont qualifiés. ées pour la mission, en soumettant un dossier comprenant une proposition technique et financière.

La sélection se fera sur la base des critères énoncés ci-dessous et des notes seront attribuées pour chacun d'entre eux comme suit, avec un maximum de 100 points pour la proposition technique :

- ⊖ Pertinence de la proposition technique et méthodologique (40 points) ;
- ⊖ Niveau d'expérience dans l'élaboration de Plan Marketing (25 points) ;
- ⊖ Niveau d'expertise en matière de communication-marketing (25 points) ;
- ⊖ Calendrier – Durée (10 Points).

Les candidatures dont les propositions techniques auront obtenu 70 points ou plus seront retenues et une évaluation de la proposition financière sera effectuée pour un maximum de 100 points.

La note finale sera calculée sur la base de la formule suivante : 70% note technique + 30% note financière.

La proposition ayant obtenu la note la plus élevée sera sélectionnée pour réaliser le plan de Marketing social du Projet Girls Choice Future 2.

Soumission des dossiers de candidature :

La soumission se fera uniquement par email au plus tard le 21 Août 2024 à 10H GMT sur l'adresse email suivante : procurement.wa@amref.org .

Objet de l'e-mail : "Spécialiste de marketing social Projet Girls. Choice. Future 2 « - (Nom du consultant)" L'offre technique et le CV des consultants seront envoyés en format PDF. L'offre financière sera envoyée en format PDF et en format EXCEL