

DEMANDE DE PROPOSITIONS

Radio Monitoring Agency

Émis par

L'Alliance mondiale pour une meilleure nutrition (GAIN)

TABLE DES MATIÈRES

I. CONTEXTE DU PROJET ET PÉRIMÈTRE DES TRAVAUX	2
II. INSTRUCTIONS POUR LA RÉPONSE	8
III. CONDITIONS GÉNÉRALES DE LA PRÉSENTE SOLLICITATION	10
IV. OFFRE DE SERVICES	12

I. CONTEXTE DU PROJET ET PÉRIMÈTRE DES TRAVAUX

1. À PROPOS DE GAIN

The Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN) est une fondation basée en Suisse, lancée aux Nations Unies en 2002 pour lutter contre la souffrance humaine causée par la malnutrition. En travaillant avec les gouvernements comme avec les entreprises, nous visons à transformer les systèmes alimentaires afin qu'ils fournissent des aliments plus nutritifs à toutes et à tous.

Chez GAIN, nous croyons que chacun dans le monde devrait avoir accès à une alimentation nutritive et sûre. Nous nous efforçons de comprendre et d'apporter des solutions concrètes au défi quotidien de l'insécurité alimentaire auquel font face les personnes pauvres. Conscients qu'il n'existe pas de modèle « unique pour tous », nous développons des alliances et élaborons des programmes sur mesure, en recourant à une variété de modèles et d'approches flexibles.

Nous construisons des alliances entre les gouvernements, les entreprises locales et mondiales et la société civile afin d'obtenir des améliorations durables à grande échelle. Nous faisons partie d'un réseau mondial de partenaires qui œuvrent ensemble pour créer des solutions durables à la malnutrition. Grâce à ces alliances, nous apportons un soutien technique, financier et politique aux principaux acteurs du système alimentaire. Nous nous appuyons sur des enseignements spécifiques, des preuves d'impact et les résultats des projets et programmes pour façonner et influencer les actions des autres.

Avec son siège à Genève, en Suisse, GAIN dispose de bureaux de représentation au Danemark, aux Pays-Bas, au Royaume-Uni et aux États-Unis. Nous avons en outre des bureaux pays au Bangladesh, en Éthiopie, en Inde, en Indonésie, au Kenya, en Mozambique, au Nigéria, au Pakistan, en Tanzanie, en Ouganda et au Bénin. Des programmes et projets sont menés dans divers autres pays, en particulier en Afrique et en Asie.

2. CONTEXTE ET CALENDRIER

L'insécurité alimentaire au Bénin reste préoccupante. Une analyse approfondie de la sécurité alimentaire et de la vulnérabilité réalisée en 2017 par le Programme alimentaire mondial (PAM) a montré que 9,6 % de la population est en situation d'insécurité alimentaire, tandis que la malnutrition chronique, qui freine la croissance physique et le développement cognitif avec des conséquences irréversibles après l'âge de 2 ans, touche 32 % des enfants. Actuellement, 66 % de la population n'a pas les moyens de s'offrir une alimentation adéquate sur le plan nutritionnel, et 91 % n'ont pas les moyens de s'offrir une alimentation saine et diversifiée. L'offre de fruits et légumes riches en nutriments est insuffisante, la consommation moyenne étant inférieure à la quantité requise. En réponse, et pour soutenir le Gouvernement du Bénin dans la lutte contre la malnutrition, GAIN, avec l'appui du Gouvernement des Pays-Bas, a élaboré un projet au Bénin axé sur la consommation de légumes. Entre 2023 et 2025, le projet a amélioré la disponibilité et la traçabilité des légumes grâce à un réseau de distribution dans cinq villes/communes du Bénin (Cotonou, Abomey-Calavi, Sèmè-Podji, Porto-Novo et Bohicon), tout en encourageant les populations cibles à les acheter par des activités de communication et de promotion de masse et communautaires. La phase de mise en œuvre a été prolongée jusqu'en 2026-2027 afin de renforcer les activités dans les communes ciblées et environnantes, tout en maintenant des campagnes de communication ciblées. À cette fin, GAIN recherche un prestataire de services pour assurer la veille de la couverture médiatique des campagnes PASIMA. C'est à cet effet que GAIN publie le présent appel d'offre et sera l'organisation chef de file administrative.

L'objectif de cet appel d'offre est de recruter une agence de communication qualifiée pour fournir des services de veille médiatique et de mesure de la portée des messages de communication diffusés par les médias en République du Bénin. Le calendrier proposé pour cet appel d'offre est présenté ci-dessous. Il est donné à titre indicatif et, bien que GAIN n'ait pas l'intention de s'en écarter, elle se réserve le droit de le faire à tout moment.

Date de publication de la DP	28 octobre 2026
Clôture Du dépôt des candidatures– date limite de soumission	11 novembre 2026
Évaluation par GAIN et présentations des candidats présélectionnés	20 novembre 2026
Attribution du contrat – sous réserve de négociation et des vérifications de diligence raisonnable	27 novembre 2026
Date prévue de signature du contrat	11 décembre 2026
Date d'achèvement de l'ensemble des travaux	31 mai 2027

3. L'OPPORTUNITÉ

L'AGENCE RETENUE RÉALISERA LES TRAVAUX CI-DESSOUS :

- Veille médiatique et rapports de conformité : suivi quotidien, hebdomadaire et mensuel de la couverture médiatique (radio) afin de garantir la conformité.
- Analyse de la concurrence et rapport sur la part de voix (PDV) : rapport mensuel comparant la présence médiatique (radio) de GAIN à celle de ses concurrents et des organisations pertinentes.
- Rapport sur la portée de l'audience : estimation mensuelle du nombre de personnes exposées aux contenus liés à GAIN sur les différents canaux médiatiques, avec une analyse détaillée de la portée par organe de presse (station de radio) et par type de contenu (spots, émissions, micro-programmes, magazines, tables rondes), mettant en évidence la contribution de chaque organe et de chaque type à la portée totale.
- Rapport sur la valeur RP (VRP) de GAIN : évaluation mensuelle de la valeur de la couverture médiatique, estimant le coût qu'elle représenterait s'il s'agissait de publicité payante.
- Rapport sur la portée : estimation mensuelle de la portée sur la base des VRP.

3.1 ÉTAT DU PROJET

Le projet Demand for vegetable encore appelé PASIMA : GAIN a développé une approche fondée sur le marché pour étendre les programmes d'amélioration de l'alimentation, en reconnaissant que le développement économique influence fortement l'accès à l'alimentation et les choix alimentaires dans les pays à revenu faible et intermédiaire. En République du Bénin, les ménages à faible revenus se heurtent à des obstacles particuliers notamment, le coût élevé des aliments, les contraintes de temps et les difficultés d'accès pour se permettre un régime alimentaire sain et nutritif. En conséquence, beaucoup de ménages privilégiant l'alimentation de survie plutôt que des choix nutritionnels axés sur la santé. Actuellement, 66 % de la population n'a pas les moyens de s'offrir une alimentation adéquate sur le plan nutritionnel, et 91 % n'ont pas les moyens de s'offrir une alimentation saine et diversifiée.

En outre, la consommation de légumes et fruits reste particulièrement faible, avec un apport moyen de seulement 96 grammes par personne et par jour, bien en dessous du minimum de 400 grammes recommandé par l'OMS. Cela souligne la nature complexe des défis nutritionnels de la République du Bénin, qui comprennent l'obésité, la sous-nutrition, les carences en micronutriments et les maladies non transmissibles liées à l'alimentation. De nombreux régimes reposent largement sur des aliments de base riches en glucides, souvent pauvres en protéines, vitamines et minéraux. Pour combler ces lacunes, l'initiative du projet PASIMA de GAIN adopte une approche axée sur la demande, centrée sur l'amélioration de l'accès aux légumes et de la sensibilisation à leur importance. En promouvant des régimes alimentaires variés, adéquats et résilients, le projet vise à améliorer la qualité de l'alimentation grâce à une consommation accrue de légumes parmi 1,1 million de consommateurs à faible revenu. Cette évolution est conçue pour améliorer le bien-être nutritionnel

des ménages à faible revenu en les aidant à diversifier leur alimentation et à adopter des habitudes alimentaires plus saines et plus durables.

3.2 LA MARQUE NANAVI

Nanavi n'est pas qu'une mascotte. Elle est une Gardienne des Saveurs qui redonne à la cuisine son caractère d'acte noble, puissant et gratifiant. Nanavi est plus qu'une figure de la cuisine béninoise : elle est une guerrière des marmites, une protectrice des traditions culinaires et une source d'inspiration pour les femmes qui, chaque jour, transforment les repas en moments de bonheur. « Pas seulement une obligation, mais un secret de saveurs ! »

Nanavi prouve que les légumes peuvent être délicieux, faciles à préparer et essentiels à la réussite des repas. Dans une société où les femmes jonglent entre travail, famille et responsabilités, Nanavi est l'alliée qu'elles attendaient : elle leur donne les astuces, la motivation et l'énergie pour cuisiner sainement, sans stress. Avec Nanavi, cuisiner n'est plus une corvée mais une fête !

Engagement médiatique de Nanavi

La marque Nanavi est présente sur le marché depuis 2025 et, grâce aux médias de masse, a touché environ 300 000 personnes dans les zones d'intervention (Cotonou, Abomey-Calavi, Sèmè-Podji, Porto-Novo et Bohicon) avec une campagne diffusée sur les chaînes de télévision et de radio locales.

Public cible

- Public large : parents âgés de 25-40 ans au Bénin, généralement au sein de ménages de 4 à 5 membres.
- Cible principale : mères d'enfants âgés de 3 à 12 ans, car elles sont souvent les principales décideuses en matière d'achats et de préparation des repas.
- Segment de revenu : groupe à faible revenu (ménages situés à la base de la pyramide)

Régions ciblées : Cotonou, Abomey-Calavi, Sèmè-Podji, Porto-Novo et Bohicon.

3.3. LIVRABLES

1. Rapports mensuels de conformité
2. Rapports mensuels d'analyse de la concurrence et de part de voix (PDV)
3. Rapport mensuel sur la portée de l'audience sur les différents canaux médiatiques.
4. Rapport sur la valeur RP (VRP) de GAIN
5. Rapport sur la portée RP

II. INSTRUCTIONS POUR LA RÉPONSE

Cette section décrit la procédure à suivre pour répondre à la présente sollicitation. Sont éligibles à cet appel d'offre, les agences de communication ou cabinet d'études, de droit béninois, installés et opérant au Bénin ayant une expérience avérée dans la gestion et/ou analyse d'impact des campagnes de communication. Les candidats sont encouragés à en prendre connaissance avant de rédiger leurs offres.

4. CONTACT

Des membres clés du personnel technique et des programmes de GAIN font partie de l'équipe de sélection et examineront les propositions. Ils seront joignables par e-mail pour répondre aux demandes de clarification

concernant la présente sollicitation. Veuillez adresser toutes les demandes et autres communications à cotationbenin@gainhealth.org. Les réponses ne seront pas confidentielles, sauf lorsque des informations exclusives sont concernées.

5. BUDGET

Les candidats doivent fournir à GAIN un budget détaillé incluant les honoraires, les frais de déplacement et d'hébergement ainsi que tout autre coût direct à engager pour la réalisation des travaux objet de cet appel d'offre. Veuillez inclure une brève justification narrative des postes budgétaires. Le budget doit inclure toutes les taxes/TVA et les coûts indirects. Le montant final du budget devra être approuvé par GAIN avant le démarrage du projet.

6. FORMAT DE LA PROPOSITION

La proposition doit être présentée comme suit :

1. **Proposition technique** décrivant le processus de conception et la stratégie de recherche pour mesurer la portée des messages diffusés dans le cadre des campagnes ; profils détaillés (qualifications, expertise, expérience pertinente, etc.) des agences et des personnes qui réaliseront les travaux, y compris leurs noms complets, leur expertise, leur expérience passée (campagnes précédentes conçues au cours des cinq dernières années et pertinentes pour ces travaux) et références.
2. **Proposition financière** présentant le budget accompagné d'une note explicative budgétaire (comme ci-dessus).

7. SOUMISSION

Les propositions originales doivent être soumises en version électronique au plus tard le 11 novembre 2026 et adressées à cotationbenin@gainhealth.org. Veuillez indiquer Radio Monitoring Agency comme objet de votre envoi. Les demandes d'informations complémentaires peuvent être adressées à la même adresse mail.

8. DATE LIMITE

Les propositions complètes doivent être soumises à GAIN **avant 12 h 00 (midi) le 11 novembre 2026**.

9. INACCEPTABLE

Les propositions suivantes ne seront automatiquement ni examinées ni acceptées :

- Les propositions reçues en retard (heure de dépôt et heure de réception du mail d'envoi faisant foi).
- Les propositions reçues par télécopie.
- Les propositions incomplètes.
- Les propositions non signées.

10. MODIFICATIONS

Les propositions peuvent être modifiées par courrier électronique et confirmées par une copie papier, à condition que ces modifications soient reçues avant la date limite.

11. ACCEPTATION

GAIN n'acceptera pas nécessairement l'offre la moins chère ni aucune des propositions soumises. En conséquence, les conditions d'éligibilité, les critères d'évaluation et les exigences obligatoires prévaudront.

12. COMPLÉTUDE

- Les propositions doivent être soumises sur papier à en-tête officiel de l'organisation ou du cabinet chef de file et doivent être signées par un dirigeant ou un signataire autorisé de ce cabinet ou de cette organisation.
- En cas d'erreur dans le calcul des coûts totaux, les coûts unitaires prévaudront.
- Il incombe au candidat de comprendre les exigences et les instructions précisées par GAIN. Si des clarifications sont nécessaires, les candidats sont invités à contacter la personne responsable chez GAIN, conformément à la section II, point 1, avant de soumettre leur candidature.
- Bien que GAIN ait déployé des efforts considérables pour assurer l'exactitude de cet appel d'offre, les informations qu'elle contient sont fournies uniquement à titre indicatif. GAIN ne garantit pas l'exactitude de ces informations. Rien dans le présent appel d'offre n'a pour but de dispenser les candidats de se forger leur propre opinion et leurs propres conclusions sur les questions abordées dans le présent appel d'offre.
- En répondant au présent appel d'offre, le candidat confirme comprendre que le non-respect de l'une quelconque des conditions ci-dessus mentionnées peut entraîner la disqualification de sa soumission.

13. DROIT DE REJET

GAIN se réserve le droit de rejeter l'ensemble ou une partie des soumissions, ou d'annuler ou de retirer le présent appel d'offre pour quelque raison que ce soit et à sa seule discrétion, sans encourir aucun coût ni aucune responsabilité quant aux coûts ou dommages subis par un candidat, y compris, sans limitation, les frais engagés pour la préparation de la soumission. Le candidat reconnaît et accepte que GAIN ne l'indemniser pas pour les coûts, dépenses, paiements ou dommages directement ou indirectement liés à la préparation de la soumission.

14. RÉFÉRENCES

GAIN se réserve le droit, avant d'attribuer le marché, d'exiger du candidat qu'il fournisse les preuves de qualifications qu'elle juge nécessaires, et tiendra compte des éléments relatifs aux qualifications et aptitudes financières, techniques et autres du candidat.

15. DIFFUSION DES INFORMATIONS

Après l'attribution du marché et sur demande écrite adressée à GAIN, seules les informations suivantes seront communiquées :

- Le nom de l'agence retenue.

III. CONDITIONS GÉNÉRALES DE LA PRÉSENTE SOLLICITATION

16. AVIS DE SOLLICITATION NON CONTRAIGNANTE

GAIN se réserve le droit de rejeter toute offre reçue en réponse à la présente sollicitation et n'est nullement tenue d'accepter une proposition. GAIN se réserve en outre le droit de négocier le contenu des propositions des candidats retenus, ainsi que la possibilité d'accepter des parties seulement d'une proposition si elle le juge approprié.

17. CONFIDENTIALITÉ

Toutes les informations fournies dans le cadre de la présente sollicitation sont considérées comme confidentielles. En cas de divulgation inappropriée d'informations, GAIN engagera les recours appropriés dans les limites autorisées. Les propositions, les discussions et toutes les informations reçues en réponse à la présente sollicitation seront traitées de manière strictement confidentielle.

18. DROIT DE NÉGOCIATION FINALE DE LA PROPOSITION

GAIN se réserve le droit de négocier les coûts finaux et l'étendue des tâches de la proposition. GAIN se réserve le droit de limiter ou d'inclure des tiers dans ces négociations, à sa seule et entière discrétion.

19. CRITÈRES D'ÉVALUATION

Les propositions seront examinées par l'équipe de sélection. Les éléments suivants constituent une liste des principaux critères sur lesquels les propositions seront évaluées. Cette liste n'est ni exhaustive ni inclusive à 100 % et est fournie afin d'aider les candidats à répondre de manière substantielle.

Les candidats doivent soumettre les informations suivantes, conformément aux lignes directrices de la présente section :

- Compréhension du périmètre de travaux :
 - o La proposition doit démontrer une compréhension claire de l'objectif de l'appel d'offre et des livrables décrits à la Section I.
- Démontrer une compréhension claire des exigences techniques de l'appel d'offre :
 - o Fournir une documentation technique détaillée de la stratégie proposée.
 - o Preuves d'expérience dans la mise en œuvre de solutions utilisant la plateforme technologique proposée.
- Les approches créatives et méthodologiques nécessaires pour mettre en œuvre chacune des parties du périmètre de travaux.
- Exhaustivité du plan de travail et caractère raisonnable du calendrier proposé :
 - o La proposition doit inclure un plan de travail réaliste afin de garantir l'achèvement réussi dans le délai des livrables.
 - o Le plan de travail détaille la manière dont les activités seront coordonnées.
- Budget détaillé et rapport coût-efficacité de l'approche proposée :
 - o Preuves d'approches rentables pour réaliser les travaux objets de cet appel d'offre dans le cadre du budget proposé.
 - o La proposition doit identifier les défis possibles et inclure des approches créatives pour y répondre.
- Plan de gestion et de personnel :

- Les membres de l'équipe travaillant sur ce projet doivent posséder les qualifications pertinentes et l'expérience globale requises pour mettre en œuvre le projet avec succès.
 - Les rôles et responsabilités de chaque membre de l'équipe doivent être clairement définis. GAIN doit disposer d'une personne de contact principale clairement identifiée dans la proposition.
- Une offre de services dûment remplie (voir le formulaire en point IV).

GAIN se réserve le droit de contacter les personnes et le(s) contractant(s) afin de vérifier les informations fournies dans le cadre de la Proposition.

20. PROCESSUS D'EXAMEN

Le processus d'examen impliquera un comité d'examen composé de participants choisis par GAIN.

21. LIMITES CONCERNANT LES TIERS

GAIN ne représente pas de tiers, ne se porte pas garante pour eux et n'agit pas en qualité de mandataire d'un tiers du fait de la présente sollicitation. La présente sollicitation n'autorise aucun tiers à lier ou engager GAIN de quelque manière que ce soit sans le consentement écrit exprès de GAIN.

22. COMMUNICATION

Toute communication relative à la présente sollicitation doit être adressée aux interlocuteurs appropriés chez GAIN. Le fait de contacter des tiers impliqués l'appel d'offre, le comité d'examen ou toute autre partie peut être considéré comme un conflit d'intérêts et pourrait entraîner la disqualification de la proposition.

23. ACCEPTATION FINALE

L'attribution d'une Proposition n'implique pas l'acceptation de ses conditions générales. GAIN se réserve le droit de négocier les conditions finales, y compris les coûts et le périmètre de travaux, lors de la négociation du contrat final à conclure entre GAIN et le candidat.

24. PÉRIODE DE VALIDITÉ

L'offre de services restera valable pendant une période de 60 jours après la date de clôture de l'appel d'offre. En cas d'attribution, l'agence retenue devra conclure un contrat soumis aux conditions générales de GAIN.

25. PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Sous réserve des termes du contrat à conclure entre GAIN et le candidat, la propriété intellectuelle relative au périmètre de travaux du contrat, y compris les informations techniques, le savoir-faire, les procédés, les droits d'auteur, les modèles, les dessins, le code source et les spécifications élaborés par le candidat dans l'exécution du contrat, reviendra entièrement à GAIN.

26. ÉTENDUE DES MODIFICATIONS

Une fois le contrat signé, aucune augmentation de la responsabilité de GAIN ou des honoraires à verser par GAIN pour les services résultant d'un changement, d'une modification ou d'une interprétation des documents ne sera autorisée ni payée au candidat, à moins que ce changement, cette modification ou cette interprétation n'ait reçu l'approbation écrite préalable expresse de GAIN.

IV. OFFRE DE SERVICES

1. Offre soumise par :

(Nom commercial ou raison sociale et adresse, en caractères d'imprimerie ou dactylographiés)

2. Je soussigné(e) (Nous soussignés) offre (nous offrons) par la présente à GAIN de fournir toute l'expertise, la supervision, le matériel et toute autre chose nécessaire pour réaliser, à l'entière satisfaction du Directeur exécutif ou de son représentant autorisé, les travaux décrits dans l'appel d'offre conformément aux conditions générales de GAIN, pour les prix suivants :
- a. À compléter
 - b. À compléter
 - c. À compléter
 - d. À compléter
3. Je conviens (Nous convenons) que l'Offre de services restera valable pendant une période de soixante (60) jours calendaires après la date de sa réception par GAIN.
4. Je soumetts (Nous soumettons) par la présente :
- (a) Une Proposition pour réaliser les travaux, conformément aux exigences de GAIN spécifiées.
 - (b) Une offre de services dûment remplie, sous réserve des termes des présentes.

LES OFFRES QUI NE CONTIENNENT PAS LA DOCUMENTATION SUSMENTIONNÉE OU QUI S'ÉCARTENT DU FORMAT DE CHIFFRAGE PRESCRIT PEUVENT ÊTRE CONSIDÉRÉES COMME INCOMPLÈTES ET NON CONFORMES.

Fait ce jour, le Ajouter le mois et l'année

_____ [ajouter le titre]

Signature (candidat)

_____ [ajouter le titre]

Signature (candidat)