|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **REPUBLIQUE DEMOCRATIQUE DU CONGO**  **MINISTERE DES CLASSES MOYENNES, DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES, ARTISANAT.**  **PROJET D’APPUI AU DÉVELOPPEMENT DES MICRO, PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES**  **PADMPME - Crédit 6287-ZR** |  |

**TERMES DE REFERENCE RELATIFS AU RECRUTEMENT D’UN CONSULTANT FIRME (Cabinet/ONG) CHARGEE DE LA REFORME ET DE LA DISSEMINATION DES TEXTES DE LOIS EN FAVEUR DES FEMMES**

# **Contexte et justification**

1. Le Gouvernement de la République Démocratique du Congo (RDC) a obtenu de la Banque mondiale un crédit pour financer le Projet d’Appui au Développement de Micro, Petites et Moyennes Entreprises, dénommé PADMPME, dans le cadre de sa stratégie de développement du secteur privé. Le projet, approuvé le 6 juillet 2018, sera mis en œuvre pendant une durée de 5 ans.
2. L’objectif de développement du PADMPME est d’appuyer la croissance des MPMEs et d’accroître les opportunités d’emploi et d’entreprenariat pour les jeunes et les femmes dans les zones ciblées. Le projet interviendra dans les zones urbaines de Matadi, Lubumbashi, Goma et Kinshasa. Ce projet a pour point de départ la structure du secteur privé en RDC, qui est dominé par des micro et petites entreprises, pour la plupart informelles.
3. Le projet vise à fournir une combinaison d'interventions qui appuient les possibilités de croissance pour les entreprises à potentiel élevé, la construction d'un pipeline d'une nouvelle génération des MPME et des entrepreneurs, ainsi que de soutenir la résilience et les mécanismes pour une base plus large d'entreprises formelles et informelles qui contribuent à l'emploi et la stabilité, en particulier pour les populations défavorisées, notamment les femmes et les jeunes.
4. Le projet comprend trois composantes, à savoir :

Composante 1 : Soutien aux opportunités entrepreneuriales pour les jeunes et les femmes

* 1.1: Soutien aux femmes entrepreneurs
* 1.2: Subvention aux jeunes entreprises et assistance technique aux jeunes entrepreneurs
* 1.3: Amélioration de l’environnement des affaires

Composante 2 : Développement des PME

* 2.1. L'amélioration de la croissance et de la performance des PME
* 2.2. Développement des centres auxiliaires de PME

Composante 3 : Renforcement des capacités et gestion du projet

* 3.1: Renforcement des capacités des institutions publiques et privées appuyant les entrepreneurs et les MPME.

3.2: Mise en œuvre du projet

1. Cette mission couvre la sous-composante 1.3 relative à l’amélioration de l’environnement des affaires. Cette sous-composante comprend elle-même deux dimensions: (i) la réforme et la dissémination des textes de lois en faveur des femmes participant aux activités économiques; et (ii) l’amélioration du climat des affaires général pour les PMEs.

# **II. Objectifs de la mission**

1. La mission aura cinq objectifs principaux: (i) la revue des textes de lois existants qui nécessitent d’être réformées, en vue de relever des contraintes légales affectant les femmes dans le domaine économique, (ii) la proposition des amendements et compléments au cadre juridique en vue de l’amener à un niveau suffisant de comptabilité avec les traités, accords et conventions internationaux auxquels la RDC a souscrit. A cet effet, le consultant tiendra compte de toutes les études , travaux et projets de lois actuellement en cours et pouvant influencer positivement ou négativement l’activité économique des femmes ; (iii) l’Analyse des informations existantes, l’examen des recommandations issues d’études antérieures et validation des données qui pourront être prises en compte dans la formulation des réformes éventuelles du cadre juridique favorable aux femmes ; (iv) La rédaction des avant-projets de lois, décrets, arrêtés ou règlements dont l’adoption pourrait s’avérer nécessaire pour la mise en œuvre des réformes retenues et (v) la conception et l’exécution de campagnes de communication et de dissémination autour des réformes légales récentes qui favorisent l'entrepreneuriat féminin et l'autonomisation économique des femmes, notamment le Code de la Famille révisé, la loi portant modalités d’application des droits de la femme et de la parité et d'autres dispositions juridiques favorables aux femmes prévues dans le Code du Travail et la loi Foncière.

**III. Organisation de la mission**

1. Il est important de souligner que ces activités seront menées en synergie avec d'autres initiatives en cours du gouvernement, de la Banque Mondiale et des autres bailleurs, en particulier dans le domaine de la protection sociale et de la prévention de violences sexuelles et basées sur le genre ainsi que de l'amélioration de la santé maternelle.
2. Les partenaires locaux dans les campagnes de diffusion incluent les associations des entrepreneurs, les ministères en charge de la Justice, du Genre, Famille et Enfant aux niveaux national et provincial, les chefs traditionnels et les princesses, les chefs religieux, les coopératives de femmes, les associations des femmes magistrats, les associations de femmes juristes, les associations de femmes avocates, les facultés de droit, les écoles et les cliniques juridiques gérées par les groupes de la société civile dans chaque province. Cette composante vise également à impliquer les hommes et les femmes en tant que champions de la réforme.
3. L’appui à la réforme et à la dissémination des textes sur le Genre sera conçu et exécuté par une firme expérimentée possédant une vaste expérience sur des opérations similaires dans les Etats Fragiles et Touchés par les Conflits (EFTC), en collaboration avec l’Unité de Coordination du Project (UCP).

La firme sera responsable : (1) du renforcement des capacités de l’UCP à identifier les moyens les plus appropriés de dissémination au cours de la conception et de l’exécution du programme, (2) de la mise en œuvre de dispositifs de dissémination adaptés aux acteurs impliqués dans le contexte local de chaque ville ciblée, (3) de la collecte des données et de l’évaluation d’impact des activités de dissémination ; et (4) à la fin de l’intervention, du transfert de responsabilités à l’UCP et à d’autres partenaires locaux pour pérenniser les résultats. Les présents TDR en précisent les modalités pratiques.Le suivi et l’évaluation des travaux du consultant seront assurés par l’UCP .

**Phase 1 : Conception et consultations**

La firme travaillera avec l’UCP, les organisations et parties prenantes sur les questions du genre ainsi que les consultants recrutés par le Projet sur le cadre légal du climat des affaires afin de : (1) Comprendre les contraintes légales affectant les femmes engagées dans les activités économiques et des réformes nécessaires pour améliorer l’environnement des affaires pour les femmes. La dissémination des textes de loi fera partie de la totalité des reformes et devra s’inscrire dans le cadre d’activités d’autres parties prenantes ; (2) Relever les dispositions légales en faveur des femmes contenues dans la législation réformée ces dernières années qui vont être disséminées par le projet ; (3) Recueillir de façon succincte et inclusive les informations, idées et suggestions de toutes les parties prenantes durant les ateliers de consultation et identifier les bonnes pratiques internationales dans les campagnes de dissémination pour assurer la mise en œuvre des lois, notamment celles relatives à l’amélioration du climat des affaires pour les femmes entrepreneures.

**Phase 2 : Diagnostic des acteurs**

1. Effectuer un diagnostic comportemental afin de définir les contraintes à la mise en œuvre et à l’appropriation du nouveau code de la famille en RDC et d'identifier les opportunités permettant de remédier à ces contraintes et d'influencer les principales parties prenantes. Le diagnostic inclura une cartographie des parties prenantes et les parcours souhaités pour les principales parties prenantes et les groupes cibles influençant l’entreprenariat féminin. Le diagnostic se fera par le biais d’une recherche documentaire, d’une analyse des données secondaires, d’un groupe de discussion et d’entretiens. L’évaluation se concentrera sur les principaux acteurs/groupes cibles (y compris les femmes entrepreneurs, propriétaires ou chefs d’entreprise, leurs conjoints et d’autres personnes influentes) afin d’identifier les obstacles qu’ils pourraient rencontrer dans l’exercice de leurs droits ; [Par exemple : pourquoi ils ignorent ou s'opposent au nouveau code de la famille et comment ils pourraient être convaincus de soutenir son application]. Les publics cibles seront définis en fonction de leur importance et de leur influence sur les activités des femmes entrepreneures.

**Phase 3 : Pilotage de campagnes de dissémination**

1. Des ateliers de consultation seront organisés avec des partenaires publics et privés afin d'identifier les moyens les plus appropriés de dissémination. Les outils potentiels pour la dissémination incluent les instruments de marketing social et de campagnes pour le changement de comportements: les radios communautaires, les émissions de télévision y compris des feuilletons, affiches, journaux, bandes dessinées, d’autres moyens de sensibilisation hors médias tels que le théâtre et les chansons dans les langues locales. Dans la mesure du possible, les campagnes de dissémination et de sensibilisation reposeront sur les technologies digitales afin de réduire les coûts, créer des plateformes de collaboration, et assurer la collecte des données. Les exemples de ce type de technologies sont: l’utilisation de la messagerie SMS, des réseaux sociaux, des applications qui permettent l’utilisation des différentes medium (audio, vidéo, etc.), et d’autres outils.

L’avantage des solutions digitales consiste en leur :

1. Flexibilité : adaptation relativement facile à des publics spécifiques (par exemple, utilisation de supports graphiques pour un public analphabète, utilisation de langues locales), méthodes de diffusion combinant des interactions virtuelles et en personne.
2. Pénétration : les campagnes SMS qui fonctionnent avec des téléphones simples et combinent des solutions en ligne et hors ligne permettant d’utiliser la technologie dans des régions sans accès à Internet.
3. Rentabilité : possibilité de se connecter aux infrastructures publiques et privées existantes et sont beaucoup moins chères que les campagnes de diffusion classiques.
4. Données : dispositif d'outils intégrés pour la collecte et l'analyse de données. La disponibilité des données favorise la transparence, la responsabilité et l'apprentissage.
5. Rapidité d’exécution : accélère les mécanismes de diffusion et de retour d'informations pouvant être automatisés.
6. Formuler la campagne de changement de comportement afin de mieux faire connaître et accepter le nouveau code de la famille et de promouvoir des attitudes positives à l'égard des femmes entrepreneures. La campagne sera alignée sur les besoins et la motivation des publics-clés et identifiera les solutions numériques qui peuvent aider à la mener de manière rentable. Concevoir 3 à 5 projets pilotes (en fonction de conclusions du diagnostic de la Phase 2, de la disponibilité des solutions et des considérations de coût/mise en œuvre) et tester l'efficacité des messages proposés. Le pilotage des différentes solutions va assurer que les caractéristiques de chaque province et groupe ciblées soient prises en compte dans le choix des outils de dissémination et de sensibilisation et vont atteindre les objectifs de changements comportementaux.
7. Les activités de cette phase incluront : (1) conception des pilotes, (2) mise en œuvre des pilotes ; (3) collecte de résultats ; (4) évaluations rapides ; (5) analyse des résultats ; et (6) préparation des rapports sur les pilotes et les recommandations pour la mise à l’échelle.
8. A la fin du pilotage, le Consultant (firme) . présentera un plan de mise en œuvre des campagnes de dissémination pour chaque acteur ciblé, y compris les modalités techniques, les partenaires locaux, un cadre de suivi des résultats et les approches pour mesurer l’impact.

**Phase 4 : Campagnes de dissémination**

1. Les campagnes seront lancées dans les quatre provinces visées par le projet : Kongo Central, Kinshasa, Haut-Katanga et Nord-Kivu.
2. Les organisations locales (ONG, médias, associations des entreprises, etc.) seront engagées pour mettre en œuvre des campagnes au niveau provincial. Les entreprises des médias locaux seront engagées pour concevoir des campagnes efficaces au niveau provincial.
3. Le Consultant assurera le suivi des résultats des campagnes de sensibilisation et des mesures à prendre pour améliorer les prochaines phases.

**Phase 5 : Analyse des résultats**

1. Le Consultant . assurera l’analyse régulière des données issues du système de suivi et évaluation. Cette analyse nécessitera la coordination des conclusions avec d’autres O.I. qui assureront notamment la mise en œuvre des sous-composantes 1.1., 1.2 et 2.1.
2. De plus, les résultats de chaque étape de ce projet pilote seront mesurés en fonction des résultats suivants:
3. Nombre de personnes affectées par la campagne de dissémination (directement et indirectement); les réactions du public sur leurs expériences avec la campagne ;
4. Pourcentage de personnes atteintes déclarant mieux comprendre les avantages du nouveau code de la famille en RDC (à partir des résultats des évaluations rapides) ; les commentaires des clients du gouvernement sur les résultats de pilotage; l’amélioration de la connaissance des différents acteurs sur le nouveau code de la famille ;
5. Nombre de femmes entrepreneures affectées par la campagne de dissémination (directement et indirectement) qui ont utilisé le nouveau Code de la famille à des fins commerciales (par exemple : ouvert un compte bancaire, reçu une licence d'exploitation, enregistré une entreprise, etc.).

# **Livrables**

1. Les livrables attendus du Consultajnt sont : (1) une note de synthèse, (2) un atelier sur les principales conclusions de la note de synthèse, (3) une stratégie de communication autour des réformes y compris une stratégie de suivi et évaluation, (4) des rapports périodiques (mensuel, trimestriel, semestriel et annuel) conformément aux prescriptions du manuel d’exécution.

Les autres livrables incluent :

1. Un rapport provisoire sur l’inventaire et le diagnostic du cadre juridique applicable aux femmes ainsi que les propositions de réformes à entreprendre ;
2. Une présentation lors de l’atelier de validation sur les principales conclusions du rapport provisoire dans le cadre de l’assistance juridique au projet, particulièrement sur l’inventaire du cadre juridique et les propositions de réformes à entreprendre et la stratégie de communication autour des réformes récentes, y compris le mécanisme de suivi des résultats. Cet atelier de validation, dont les coûts seront totalement à charge du consultant, aura pour but de discuter des conclusions du rapport provisoire avec la participation des principales parties prenantes ;
3. Un rapport contenant des avant-projets de lois, décrets, arrêtés ou règlements dont l’adoption pourrait s’avérer nécessaire pour la mise en œuvre des réformes retenues et les mécanismes de plaidoyer ;
4. Un inventaire des dispositions légales et réglementaires à disséminer en faveur des femmes ;
5. Rapport de diagnostic comportemental, y compris la cartographie des parties prenantes et leurs profils psychométriques ;
6. Une cartographie de parcours pour les femmes entrepreneures ;
7. Un Plan de mise en œuvre pour les projets pilotes de marketing social ;
8. Un Rapport du pilotage contenant des recommandations de la mise en œuvre à l’échelle de la campagne de marketing social au reste du projet ;
9. La conception d’une stratégie de communication autour des réformes récentes dans les zones ciblées ;
10. Une liste (la plus exhaustive possible) des principaux intervenants et groupes de discussion à consulter ;
11. La dissémination des textes de lois dans les zones ciblées par le projet, en partenariat avec des firmes de communication locales si besoin, dont les TDRs seront préparés par l’organisation recrutée ;
12. A mi-parcours et en fin de mission, présentation des résultats obtenus, notamment l’impact des interventions sur l’amélioration de l’environnement des affaires pour les femmes.

# **Durée de la mission**

1. La durée de la mission du consultant est de 36 mois renouvelable à la satisfaction du client.

# **Profil du Consultant**

1. La mise en œuvre du support à la réforme et dissémination des textes juridiques favorables à l’autonomisation et à l’entrepreneuriat des femmes sera confiée à un consultant. Ce dernier doit se conformer aux prescriptions du manuel d’exécution et va rapporter ses activités à l’UCP qui va gérer les aspects techniques, administratifs et financiers du contrat.
2. Le Consultant devra satisfaire aux critères ci-dessous :
3. Etre un Cabinet de consultants , une ONG ou une agence du Système des Nations Unies dont le cœur de metier est dans la promotion des droits des femmes, dans l’autonomisation des femmes, ou dans le droit civil des personnes congolais ;
4. Avoir une expérience d’au moins 10 ans dans l’organisation des campagnes de sensibilisation (marketing social, changement de comportements, mobilisation sociale, etc.) relatifs aux textes des lois et dans la réforme des lois dans des pays en développement, de préférence en Afrique sub-saharienne et dans des EFTC ;
5. Fournir au moins 3 références des missions similaires (campagnes de communication/sensibilisation, réforme des lois et dissémination des textes de lois) ;
6. Disposer d’un personnel qualifié d’au moins quatre experts :

- un Chef de mission, juriste spécialisé en droit civil des personnes  congolais ;

* Un spécialiste en Genre ou Violence Basée sur le Genre ;
* un (e) spécialiste en communication ; et
* un (e) expert psychologue ou sociologue, ayant tous une expérience confirmée d’au moins 5 ans dans leurs domaines respectifs.

1. Recourir à l’expertise locale dans le déroulement de sa mission.

# **Personnel-clé**

1. Le consultant fournira dans son dossier la liste et les CVs du personnel qu’il compte mobiliser pour la réalisation des prestations demandées. Il doit présenter au minimum une équipe multidisciplinaire d’experts composée de la manière suivante et ayant le profil ci-après :

* **Un(e) Chef de mission,** Il/elle doit : (i)être détenteur/trice d’un diplôme de niveau Bac + 5 en droit ou toute autre discipline similaire ; (ii) Avoir une expérience avérée d’au moins 10 ans dans le domaine de droit civil des personnes spécialement en droits des femmes en RDC ou dans un domaine d'études connexes ; (iii) Avoir une parfaite connaissance de l’environnement juridique et social de l’Afrique subsaharienne ; (iv) une parfaite connaissance de la langue française ;
* **Un (e) spécialiste en Genre ou Violences basées sur le Genre**, Il/Elle doit: **(i)**  être détenteur/trice d’un diplôme en sciences socialesBac + 5 ans ; (ii) Avoir au moins 5 ans d’expérience professionnelle dans le domaine de genre et développement, droits humains et violences faites aux femmes, autonomisation des femmes ou dans un domaine d'études connexes; (iii) Avoir une parfaite connaissance de l’environnement juridique et social de l’Afrique subsaharienne ; (iv) avoir une parfaite connaissance de la langue française ;
* **Un(e) expert(e) en communication :** Il/elle doit: **(i)**  être détenteur/trice d’un diplôme universitaire en sciences sociales, communication ou equivalent Bac +5; (ii) Avoir une expérience d’au moins 5 ans dans le domaine de la communication sociale et de la sensibilisation ou dans l’organisation et la supervision d’un programme de communication institutionnelle, y compris (iii) Avoir une connaissance de l’environnement juridique et social des organisations de la société civile et du secteur privé en Afrique subsaharienne francophone ; (iv) Avoir une excellente maitrise de la langue française ainsi qu’une des langues nationales  de la RDC;

* **Un(e) expert (e) Sociologue/Psychologue,** Il/elle doit (i)êtredétenteur/trice d’un diplôme en sciences sociales/psychologieBac+5; (ii) Avoir au moins 5 ans d’expérience professionnelle en marketing social, changement de comportements, campagnes de disséminations et sensibilisations notamment relatifs aux droits de femmes, entrepreneuriat féminin, etc. ; (iii) Avoir une connaissance de l’environnement social de l’ Afrique subsaharienne francophone ; (iv) Avoir une excellente maîtrise de la langue française.

# **Méthode de sélection**

1. Les critères d’éligibilité, l’établissement de la liste restreinte et la procédure de sélection de consultant (firme/bureau d’études/cabinet) seront conformes aux procédures définies dans les Directives de l’IDA : Règlement de Passation des Marchés pour les Emprunteurs sollicitant le Financement de Projets d’Investissement (FPI), publié par la Banque Mondiale, édition de juillet 2016, révisée en novembre 2017 et en août 2018. Le consultant sera recruté selon la méthode de sélection fondée sur la qualité (SFQ).

# **Intrants à fournir par le client**

1. L’UCP mettra à la disposition du Consultant les documents tels que repris ci-dessous. Pris dans cet ordre, ces documents constitueront des instruments de référence pour sa mission, à savoir :
2. Directives de la Banque mondiale sur la gestion financière et la Passation des marchés ;
3. Document d’évaluation du projet ;
4. Manuel d’exécution du Projet ;
5. Note de synthèse sur le cadre juridique applicable aux PME ;
6. Note conceptuelle sur la mise en place des plans d’affaires ;
7. Tout autre document technique disponible et jugé utile pour la mission.