



Regional Agency for Agriculture and Food
Agence Régionale pour l'Agriculture et l'Alimentation
Agência Regional da Agricultura e Alimentação



TERMES DE REFERENCE

RECRUTEMENT D'UN CONSULTANT INDIVIDUEL POUR L'ELABORATION ET LA MISE EN ŒUVRE D'UN PLAN DE COMMUNICATION ET DE VISIBILITE DU PROJET D'APPUI A L'OFFENSIVE LAIT DE L'AFRIQUE DE L'OUEST (PAOLAO)

I. Introduction

1. En 2019, la CEDEAO s'est dotée d'une stratégie régionale pour la promotion des chaînes de valeur du lait local en Afrique de l'Ouest intitulée « Offensive Lait ». Un Plan Régional Prioritaire d'Investissements a été élaboré pour faciliter la mise en œuvre de cette stratégie. Ce plan a été décliné en des Plans Nationaux dans l'ensemble des 15 Etats Membres de la CEDEAO, plus la Mauritanie, le Tchad et le Cameroun. Une plateforme régionale des acteurs de la filière lait en Afrique de l'Ouest, étendue à ces 3 pays, vient d'être mise en place sous l'égide de la CEDEAO. Le coût estimé des investissements requis et du pilotage du programme sur une période de 10 ans se chiffre à 2 844 Mds FCFA (soit un peu plus de 4 Mds d'euros). La part régionale s'élève à 761 millions d€', et le financement PAOLAO à 11 millions d€'.
2. Pour opérationnaliser l'Offensive lait, la CEDEAO s'appuie à la fois sur les nombreuses initiatives portées par les pays et les acteurs, mais aussi sur deux projets régionaux leviers dont le PAOLAO. Le PAOLAO constituera la seconde initiative majeure portée par la CEDEAO.
3. Le projet vise à Appuyer la CEDEAO pour le pilotage et la mise en œuvre de sa stratégie régionale « filière lait local », à Accompagner la structuration de la filière lait local, à Promouvoir la consommation du lait local et à entamer un dialogue pour une mobilisation et un engagement accru des partenaires techniques et financiers en faveur de cette filière. À travers le PAOLAO, la CEDEAO contribue et joue un rôle de catalyseur dans la structuration des filières lait local en maintenant et renforçant son appui à l'opérationnalisation de la Plateforme régionale sur les éléments de son plan d'action à dimension régionale : rencontres entre les acteurs, développement des éléments de plaidoyer sur les thématiques d'intérêt de la plateforme (genre, TEC et emploi en milieu rural), communication externe. L'appui à des initiatives innovantes et actions pilotes (en particulier autour de la collecte), la diffusion de connaissances sur les modèles économiques et les technologies laitières sont autant d'actions qui peuvent contribuer à l'émergence d'une dynamique forte et d'un écosystème d'acteurs favorable à la structuration des filières lait local dans les pays

II. Contexte et justification

4. Le lait constitue un des cinq produits agroalimentaires stratégiques pour la sécurité et la souveraineté alimentaires retenues par la politique agricole régionale (ECOWAP, adoptée en 2005) eu égard à son importance économique et socioculturelle dans la région. Le lait représente entre 20 à 40% des revenus issus de l'élevage pour de nombreux ménages ruraux des pays sahéliens
5. En Afrique de l'Ouest et au Sahel, la production laitière s'élevait à 5,8 milliards de litres en 2017, soit 12% du total africain et 0,7 % de l'offre mondiale pour une région qui abrite 4,9% de la population mondiale. L'offre domestique est constituée à 61% du lait de vache, 19% de celui de chèvre, 12% de celui de brebis et 7% de celui de chamelle. La production par habitant est de l'ordre de 16 litres contre 113 litres pour la moyenne mondiale en 2017.
6. Les importations de lait et de produits laitiers étaient estimées à 1,8 milliards d'euros en 2017, avec un pic de 2 milliards en 2011, soit 3,4 % des importations mondiales. Elles sont constituées de mélanges de lait écrémé et de matière grasse végétale en poudre (38%) des importations en valeur, de la poudre de lait écrémé (8%), le lait infantile (7%), les laits concentrés (6%), le lait liquide (3%), le beurre (2%) et les fromages (2%). Les importations de mélanges de lait écrémé et de matière grasse végétale en poudre ont fortement augmenté, tant en valeur qu'au prorata des produits importés ces dernières années, plaçant la région dans une situation de dépendance accrue pour satisfaire ses besoins domestiques.
7. C'est pour relever ce défi qu'en 2019, la Communauté Économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) s'est dotée d'une stratégie régionale pour la promotion des chaînes de valeur du lait local en Afrique de l'Ouest, dite « Offensive Lait ». Cette stratégie vise à améliorer la productivité des vaches laitières locales, la collecte et la transformation, ainsi que la promotion de la consommation en s'appuyant sur un environnement favorable aux investissements dans le secteur. Cette stratégie est assortie d'un Plan Régional Prioritaire d'Investissements décliné en des Plans Nationaux dans l'ensemble des 15 États Membres de la CEDEAO, plus la Mauritanie, le Tchad et le Cameroun. Une plateforme régionale des acteurs de la filière lait en Afrique de l'Ouest, étendue à ces 3 pays, a été mise en place sous l'égide de la CEDEAO.
8. Pour opérationnaliser la stratégie « Offensive lait », la CEDEAO s'appuie sur de nombreuses initiatives portées par les pays et les acteurs et des projets régionaux. Ainsi plusieurs projets et programmes d'envergure régionale s'investissent sur la promotion des chaînes de valeur lait à plusieurs projets régionaux (Projet Régional d'Appui au Pastoralisme au Sahel : PRAPS2 ; Projet Régional d'Appui aux Organisations des Producteurs PRAOP 3 et le Projet d'Appui à l'Offensive Lait de l'Afrique de l'Ouest PAOLAO, Ce dernier constitue la première initiative majeure portée par la CEDEAO visant l'opérationnalisation de l'« Offensive Lait ».
9. **L'objectif général du PAOLAO est d'« Appuyer la CEDEAO dans le pilotage et la mise en œuvre de la stratégie régionale pour la promotion des chaînes de valeur du lait local en Afrique de l'Ouest ». Le projet s'articule autour de 4 axes :**

- Appuyer la CEDEAO pour le pilotage et la mise en œuvre de la stratégie filière lait ;
 - Accompagner la structuration de la filière lait local ;
 - Promouvoir la consommation du lait local ;
 - Entamer un dialogue pour une mobilisation et un engagement accru des partenaires techniques et financiers en faveur de cette filière.
10. Le projet est mis en œuvre dans les pays de l’Afrique de l’Ouest et du Sahel élargis au Nord du Cameroun : Bénin, Burkina Faso, Cap- Vert, Côte d’Ivoire, Gambie, Ghana, Guinée, Guinée-Bissau, Liberia, Niger, Nigeria, Sénégal, Sierra Leone, Togo, Tchad, Mauritanie et le Cameroun.
11. Pour accompagner sa mise en œuvre, le projet dispose d’une Unité de coordination du projet (UCP), dont les personnels permanents sont basés respectivement auprès de la Direction Agriculture et Développement Rural (DADR) de la CEDEAO à Abuja, Nigéria et auprès de l’Agence Régionale pour l’Agriculture et l’Alimentation (ARAA) à Lomé, Togo. Cette UCP est portée par le consortium d’opérateurs IRAM-GRET-CIRAD-LARES.
12. Outre la structuration des filières lait, pour une meilleure capitalisation et mise à l’échelle des bonnes pratiques, le projet travaillera sur deux autres axes cruciaux qui requièrent des actions hardies de communication :
- L’accompagnement de la CEDEAO et des États à opérer des réformes de politiques publiques (normes, fiscales). Il s’agit d’un processus sensible pour lequel, il faut produire des arguments techniques convaincants, mais aussi bien ciblés les interlocuteurs au moyen d’un bon plan de communication, de plaidoyer et de lobbying
 - La promotion de la consommation des produits laitiers locaux, qui a besoin du déploiement d’un certain nombre d’actions pour orienter la préférence de la majorité des consommateurs vers les produits domestiques. En effet face à la concurrence des produits importés du marché international, mieux normés, standardisés et disponibles sur les marchés locaux, souvent à des prix plus bas, les produits locaux ont besoin d’un accompagnement multiforme pour conquérir des parts importantes de marché domestique. La communication constitue un des moyens pour informer et sensibiliser les consommateurs sur la disponibilité des produits, leurs vertus et leur innocuité et aussi sur les enjeux économiques, sociaux de leur choix de consommation.
13. Plusieurs actions de communication et de plaidoyers ont été conduites dans la région pour promouvoir les chaînes de valeur du lait local. Les plus structurées ont été conduites par la « Campagne, mon Lait est local », que prolonge la plateforme multi acteurs de promotion du lait local. Il s’agit non seulement de capitaliser les bonnes pratiques découlant de ces actions en cours, mais surtout de mieux les structurer dans un plan global d’action qui intègre les orientations de l’offensive lait et de la politique de communication de la CEDEAO en général de la politique agricole (ECOWAP), en particulier.
14. Ce projet s’inscrit dans le cadre d’un niveau de communication renforcée (niveau 2), soit une visibilité importante est demandée pendant la mise en œuvre du projet. A consulter le site de

l'AFD: <https://waf.afd.fr/fr/ressources/kit-de-communication-pour-les-projets-soutenus-par-lafd-niveau-2>.

III. Objectifs de la prestation

15. **L'objectif global de cette mission est d'élaborer un plan de communication et de visibilité du projet d'appui à l'offensive lait de l'Afrique de l'Ouest.**

16. Ce Plan devrait permettre (1) de faciliter la cohérence des actions de communication entreprises par les partenaires de mise en œuvre du programme ; (2) de doter le projet d'instruments et outils de communication, d'information et d'influence, tant pour accompagner les réformes de politiques planifiées, que pour promouvoir la consommation du lait local et (3) d'informer sur les réalisations du projet et les connaissances générées dans ce cadre.

17. De façon spécifique, la prestation définira le(s) type(s) de communication à mettre en place en fonction des objectifs et des cibles à toucher, et comment les outils de communication et de visibilité devront favoriser la réalisation des résultats du projet. De façon spécifique, il s'agira de :

- **Élaborer un plan cohérent de communication et de visibilité** qui répondra aux objectifs annoncés du projet, du maître d'ouvrage et des partenaires stratégiques. Ce plan devra s'intégrer dans la stratégie de communication globale des partenaires de mise en œuvre (Agence Régionale pour l'Agriculture et l'Alimentation, Plateforme régionale lait, Direction de l'Agriculture et du Développement Rural et de la Commission de la CEDEAO). Il devra également être cohérent avec la stratégie de communication du partenaire financier, notamment de l'AFD.
- **Proposer des instruments et outils de communication adaptés aux cibles (bénéficiaires directs et indirects, décideurs à différentes échelles) identifiées. Le Plan proposera les formes de communication (directe, indirecte, institutionnelle, initiative locale...) mettant en avant les partenaires (OPs, représentants des pays, porteurs de projets, etc.).** Il s'appuiera sur un certain nombre de supports préconisés, les acteurs pouvant contribuer à faire effet de levier de la communication sur le projet, le chronogramme de réalisation, les différentes cibles visées. Le plan de communication budgétisé devra préciser pour chaque action retenue, les messages clés de l'action, et les messages clés post action.
- **Définir les ressources humaines et le budget du plan sur les cinq années de vie du projet.**
- **Concevoir une démarche souple et légère visant à assurer le suivi-évaluation de la mise en œuvre du plan** de communication et définir des indicateurs de suivi et de résultat liés aux actions.
- **Prendre en compte les spécificités locales des pays couverts par le projet et ses bénéficiaires** et proposer également des actions de communication à une échelle locale en s'appuyant sur les acteurs et media locaux (Organisations professionnelles, presses, radios locales, etc.). Les langues dans lesquelles seront définies ces actions locales devront, bien évidemment, être adaptées au public ciblé.

IV. Résultats attendus

18. Les résultats suivants sont attendus de cette prestation :

- Un Plan cohérent de communication et de visibilité du PAOLAO est élaboré.
- Des outils, instruments de communication détaillés et budgétisés indiquant pour chaque objectif identifié et chaque action retenue les moyens techniques et financiers, les formes de communication (directe, indirecte, institutionnelle, initiative locale...), les supports préconisés, le chronogramme de réalisation, les cibles visées, sont élaborés.
- Les modalités de mise en œuvre du plan de communication sont définies.
- Une démarche visant à assurer le suivi-évaluation de la mise en œuvre de la stratégie de communication est conçue et des indicateurs de résultats pertinents pour chaque action du plan sont définis.

V. Produits attendus

19. Deux produits sont attendus de cette prestation :

- Une note de cadrage présentant la revue documentaire d'appui à cette prestation de service, la démarche méthodologique du consultant, le plan indicatif du document
- Le document final du plan d'une trentaine de pages maximum, indiquant les objectifs, les axes d'intervention, les formes de communication, les actions à conduire, les cibles (bénéficiaires directs et indirects, décideurs à différentes échelles), les outils et instruments de communication, le planning des interventions, le budget, les parties prenantes, les risques et les mesures de leur mitigation.
- Ces livrables doivent être disponibles à minima en deux langues des pays de la zone couverte, Anglais et Français.

VI. Démarche méthodologique

20. La prestation s'appuiera sur une démarche comportant deux approches complémentaires ;

- Une analyse de la documentation existante, notamment (i) le document de l'offensive lait, (ii) le document de faisabilité du PAOLAO, (iii) la stratégie de communication de l'ARAA et d'orientation de la DADR, (iv) les guides qui fondent la politique de communication de la Commission de la CEDEAO, (v) la stratégie de communication de la plateforme multi acteurs de promotion du lait local, (vi) les documents de la campagne mon lait est local, etc.
- Des entretiens avec les acteurs régionaux, notamment les responsables des organisations des éleveurs, des transformateurs, des associations de consommateurs et des responsables des circuits de distribution des produits laitiers locaux. La consultation et les entretiens auront pour objet de recueillir de manière approfondie leurs besoins en matière de communication et de visibilité, et leurs suggestions en matière d'actions à mettre en place. Ils pourront également permettre d'identifier les relais pertinents pour la communication locales.

21. La prestation sera placée sous la responsabilité de l'ARAA et la supervision de l'UCP du PAOLAO, en étroite collaboration avec la plateforme régionale lait, la DADR et le Consortium d'opérateurs.

Le suivi de la prestation sera assuré par un groupe de pilotage incluant des représentants de l'UCP du projet, de la cellule de communication de l'ARAA, de la DADR, du Consortium opérateur du projet et de la plateforme régionale lait local en Afrique de l'Ouest et du responsable de la Communication de la Commission de la CEDEAO et un représentant de l'AFD.

22. Le draft du document du plan de communication du PAOLAO sera présenté au Comité de pilotage, lors d'un atelier de deux jours organisés à Abuja au Nigeria. Le prestataire intégrera les recommandations et observations issues de l'atelier de validation dans les versions finales des livrables en version numérique, dans un délai de 14 jour ouvré. Le même comité de pilotage validera formellement le plan de communication lors d'un atelier zoom.

VII. Durée et période de la mission

23. La prestation de service sera facturée pour 40 hommes/jours étalée sur une durée maximale de 3 mois calendaires à compter de la date de signature du contrat jusqu'à la livraison du rapport final.

VIII. Profil du/des consultant(s) :

24. Les consultants individuels devront satisfaire aux critères suivants :

- Avoir au moins un niveau d'études BAC+5 en communication/journalisme, économie, sciences humaines et sociales, sciences politiques, ou en techniques de l'information et de la communication ;
- Être spécialisés en communication pour le développement et appui/animation de réseaux ou de projets, avec au moins dix (10) ans d'expérience en communication ou stratégie de communication ;
- Avoir une bonne maîtrise des technologies de l'information et de la communication et de différents supports média pour la diffusion des références et connaissances ;
- Maîtriser les principes de communication inclusive, genre et conflit-sensible ;
- Justifier d'une bonne connaissance et d'une expérience dans le domaine de l'élevage (dont au moins une expérience sur la filière lait local), incluant des références pertinentes dans la conduite de travaux similaires dans les pays de l'Afrique de l'Ouest et africains en général ;
- Connaissances pratiques en matière d'appui institutionnel et organisationnel dans le secteur agricole, de la sécurité alimentaire et nutritionnelle dans les États membres de la CEDEAO ;
- Expériences de travail avec les principaux partenaires de développement en matière d'élevage, de pastoralisme et de sécurité alimentaire - y compris les donateurs bilatéraux, les agences des Nations unies, la communauté des ONG/OSC et les Ministères en charge de l'élevage ;
- Avoir une bonne connaissance de la politique agricole régionale, d'une part et des initiatives et projets laitiers, d'autre part.

IX. Annexe – Liste indicative des livrables de communication programmés pour PAOLAO (à redéfinir par le prestataire)

- Un spot audiovisuel sur les achats institutionnels

- Diffusion d'un Policy brief sur les achats institutionnels
- Un spot audiovisuel sur les signes de qualité
- Diffusion d'un Policy brief sur les signes de qualité
- 3 spots audio visuels sur les études inventaires (
- Diffusion de 3 Policy brief à la suite des études inventaires
- Un documentaire de capitalisation sur les projets de collecte
- 8 notes semestrielles produites et diffusées
- 3 guides traduits et diffusés dans trois langues
- Un site internet inter réseau à jour
- 2 bulletins de veille produits et diffusés
- Un documentaire de capitalisation sur les projets signes de qualité
- Un plan de communication pour le plan de plaidoyer de la plateforme.

Annexe à la Manifestation d'Intérêt
(A fournir signée avec la candidature, sans modification du texte)
Déclaration d'intégrité, d'éligibilité et de responsabilité environnementale et sociale

Intitulé de l'offre ou de la proposition : **ARAA/PAOLAO/2025/AMI/014 - Sélection d'un consultant individuel pour l'élaboration et la mise en œuvre d'un plan de communication et de visibilité du projet d'appui à l'offensive lait de l'Afrique de l'Ouest (PAOLO).**

A: L'Agence Régionale pour l'Agriculture et l'Alimentation (ARAA)

1. Nous reconnaissons et acceptons que l'Agence Française de Développement (l'"**AFD**") ne finance les projets du Maître d'Ouvrage qu'à ses propres conditions qui sont déterminées par la Convention de Financement qui la lie directement ou indirectement au Maître d'Ouvrage. En conséquence, il ne peut exister de lien de droit entre l'AFD et notre entreprise, notre groupement, nos fournisseurs, entrepreneurs, consultants et sous-traitants. Le Maître d'Ouvrage conserve la responsabilité exclusive de la préparation et de la mise en œuvre du processus de passation des marchés et de leur exécution. Selon qu'il s'agit de marchés de travaux, de fournitures, d'équipements, de prestations intellectuelles (consultants) ou d'autres prestations de services, le Maître d'Ouvrage peut également être dénommé Client ou Acheteur.
2. Nous attestons que nous ne sommes pas, et qu'aucun des membres de notre groupement, ni de nos fournisseurs, entrepreneurs, consultants et sous-traitants, n'est dans l'un des cas suivants :
 - 2.1 Être en état ou avoir fait l'objet d'une procédure de faillite, de liquidation, de règlement judiciaire, de sauvegarde, de cessation d'activité, ou être dans toute situation analogue résultant d'une procédure de même nature ;
 - 2.2 Avoir fait l'objet :
 - a) D'une condamnation prononcée depuis moins de cinq ans par un jugement ayant force de chose jugée dans le pays de réalisation du Marché, pour fraude, corruption ou tout délit commis dans le cadre de la passation ou de l'exécution d'un marché (dans l'hypothèse d'une telle condamnation, nous disposons de la possibilité de joindre à la présente Déclaration d'Intégrité les informations complémentaires qui permettraient de considérer que cette condamnation n'est pas pertinente dans le cadre du Marché) ;
 - b) D'une sanction administrative prononcée depuis moins de cinq ans par l'Union Européenne ou par les autorités compétentes du pays dans lequel nous sommes établis, pour fraude, corruption ou tout délit commis dans le cadre de la passation ou de l'exécution d'un marché (dans l'hypothèse d'une telle sanction, nous pouvons joindre à la présente Déclaration d'Intégrité les informations complémentaires qui permettraient de considérer que cette sanction n'est pas pertinente dans le cadre du Marché) ;

- c) D'une condamnation prononcée depuis moins de cinq ans par un jugement ayant force de chose jugée, pour fraude, corruption ou pour tout délit commis dans le cadre de la passation ou de l'exécution d'un marché financé par l'AFD ;
 - 2.3 Figurer sur les listes de sanctions financières adoptées par les Nations Unies, l'Union Européenne et/ou la France, notamment au titre de la lutte contre le financement du terrorisme et contre les atteintes à la paix et à la sécurité internationales ;
 - 2.4 Avoir fait l'objet d'une résiliation prononcée à nos torts exclusifs au cours des cinq dernières années du fait d'un manquement grave ou persistant à nos obligations contractuelles lors de l'exécution d'un marché antérieur, sous réserve que cette sanction n'ait pas fait l'objet d'une contestation de notre part en cours ou ayant donné lieu à une décision de justice infirmant la résiliation à nos torts exclusifs ;
 - 2.5 N'avoir pas rempli nos obligations relatives au paiement de nos impôts selon les dispositions légales du pays où nous sommes établis ou celles du pays du Maître d'Ouvrage ;
 - 2.6 Être sous le coup d'une décision d'exclusion prononcée par la Banque Mondiale et figurer à ce titre sur la liste publiée à l'adresse électronique <http://www.worldbank.org/debarr> (dans l'hypothèse d'une telle décision d'exclusion, nous pouvons joindre à la présente Déclaration d'Intégrité les informations complémentaires qui permettraient de considérer que cette décision d'exclusion n'est pas pertinente dans le cadre du Marché) ;
 - 2.7 Avoir produit de faux documents ou s'être rendu coupable de fausse(s) déclaration(s) en fournissant les renseignements exigés par le Maître d'Ouvrage dans le cadre du présent processus de passation et d'attribution du Marché.
3. Nous attestons que nous ne sommes pas, et qu'aucun des membres de notre groupement ni de nos fournisseurs, entrepreneurs, consultants et sous-traitants, n'est dans l'une des situations de conflit d'intérêt suivantes :
- 3.1 Actionnaire contrôlant le Maître d'Ouvrage ou filiale contrôlée par le Maître d'Ouvrage, à moins que le conflit en découlant ait été porté à la connaissance de l'AFD et résolu à sa satisfaction.
 - 3.2 Avoir des relations d'affaires ou familiales avec un membre des services du Maître d'Ouvrage impliqué dans le processus de passation du Marché ou la supervision du Marché en résultant, à moins que le conflit en découlant ait été porté à la connaissance de l'AFD et résolu à sa satisfaction ;
 - 3.3 Contrôler ou être contrôlé par un autre soumissionnaire ou consultant, être placé sous le contrôle de la même entreprise qu'un autre soumissionnaire ou consultant, recevoir d'un autre soumissionnaire ou consultant ou attribuer à un autre soumissionnaire ou consultant directement ou indirectement des subventions, avoir le même représentant légal qu'un autre soumissionnaire ou consultant, entretenir directement ou indirectement des contacts avec un autre soumissionnaire ou consultant nous permettant d'avoir et de donner accès aux informations contenues

dans nos offres ou propositions respectives, de les influencer, ou d'influencer les décisions du Maître d'Ouvrage ;

- 3.4 Être engagé pour une mission de prestations intellectuelles qui, par sa nature, risque de s'avérer incompatible avec nos missions pour le compte du Maître d'Ouvrage ;
- 3.5 Dans le cas d'une procédure ayant pour objet la passation d'un marché de travaux, fournitures ou équipements :
 - d) Avoir préparé nous-mêmes ou avoir été associés à un consultant qui a préparé des spécifications, plans, calculs et autres documents utilisés dans le cadre de la procédure de passation du Marché ;
 - e) Être nous-mêmes, ou l'une des firmes auxquelles nous sommes affiliées, recrutés, ou devant l'être, par le Maître d'Ouvrage pour effectuer la supervision ou le contrôle des travaux dans le cadre du Marché.
4. Si nous sommes un établissement public ou une entreprise publique, pour participer à une procédure de mise en concurrence, nous certifions que nous jouissons d'une autonomie juridique et financière et que nous sommes gérés selon les règles du droit commercial.
5. Nous nous engageons à communiquer sans délai au Maître d'Ouvrage, qui en informera l'AFD, tout changement de situation au regard des points 2 à 4 qui précèdent.
6. Dans le cadre de la passation et de l'exécution du Marché :
 - 6.1 Nous n'avons pas commis et nous ne commettrons pas de manœuvre déloyale (action ou omission) destinée à tromper délibérément autrui, à lui dissimuler intentionnellement des éléments, à surprendre ou vicier son consentement ou à lui faire contourner des obligations légales ou réglementaires et/ou violer ses règles internes afin d'obtenir un bénéfice illégitime.
 - 6.2 Nous n'avons pas commis et nous ne commettrons pas de manœuvre déloyale (action ou omission) contraire à nos obligations légales ou réglementaires et/ou nos règles internes afin d'obtenir un bénéfice illégitime.
 - 6.3 Nous n'avons pas promis, offert ou accordé et nous ne promettrons, offrirons ou accorderons pas, directement ou indirectement, à (i) toute Personne détenant un mandat législatif, exécutif, administratif ou judiciaire au sein de l'Etat du Maître d'Ouvrage, qu'elle ait été nommée ou élue, à titre permanent ou non, qu'elle soit rémunérée ou non et quel que soit son niveau hiérarchique, (ii) toute autre Personne qui exerce une fonction publique, y compris pour un organisme public ou une entreprise publique, ou qui fournit un service public, ou (iii) toute autre Personne définie comme agent public dans l'Etat du Maître d'Ouvrage, un avantage indu de toute nature, pour lui-même ou pour une autre personne ou entité, afin qu'il accomplisse ou s'abstienne d'accomplir un acte dans l'exercice de ses fonctions officielles.
 - 6.4 Nous n'avons pas promis, offert ou accordé et nous ne promettrons, offrirons ou accorderons pas, directement ou indirectement, à toute Personne qui dirige une entité du secteur privé ou travaille pour une telle entité, en quelque qualité que ce soit, un avantage indu de toute nature, pour elle-même ou pour une autre Personne

ou entité, afin qu'elle accomplisse ou s'abstienne d'accomplir un acte en violation de ses obligations légales, contractuelles ou professionnelles.

- 6.5 Nous n'avons pas commis et nous ne commettrons pas d'acte susceptible d'influencer le processus de passation du Marché au détriment du Maître d'Ouvrage et, notamment, aucune pratique anticoncurrentielle ayant pour objet ou pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence, notamment en tendant à limiter l'accès au Marché ou le libre exercice de la concurrence par d'autres entreprises.
 - 6.6 Nous-mêmes, ou l'un des membres de notre groupement, ou l'un des sous-traitants n'allons pas acquérir ou fournir de matériel et n'allons pas intervenir dans des secteurs sous embargo des Nations Unies, de l'Union Européenne ou de la France.
 - 6.7 Nous nous engageons à respecter et à faire respecter par l'ensemble de nos sous-traitants les normes environnementales et sociales reconnues par la communauté internationale parmi lesquelles figurent les conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du travail (OIT) et les conventions internationales pour la protection de l'environnement, en cohérence avec les lois et règlements applicables au pays de réalisation du Marché. En outre, nous nous engageons à mettre en œuvre les mesures d'atténuation des risques environnementaux et sociaux lorsqu'elles sont indiquées dans le plan de gestion environnementale et sociale fourni par le Maître d'Ouvrage.
7. Nous-mêmes, les membres de notre groupement, nos fournisseurs, entrepreneurs, consultants et sous-traitants, autorisons l'AFD à examiner les documents et pièces comptables relatifs à la passation et à l'exécution du Marché et à les soumettre pour vérification à des auditeurs désignés par l'AFD.

Nom : **En tant que :**

Dûment habilité à signer pour et au nom de¹ :

Signature :

En date du :

¹ En cas de groupement, inscrire le nom du groupement. La personne signant l'offre, la proposition ou la candidature au nom du soumissionnaire, le consultant ou le candidat joindra à celle-ci le pouvoir confié par le soumissionnaire, le consultant ou le candidat.