



COMPTE-RENDU DE LA REUNION DE CAPITALISATION DIOTONTOLO

Le 3 Mai 2019 au Motel d'Antananarivo

CONTEXTE

Le Diotontolo est une structure associative, formalisée officiellement depuis 2 ans, et en action depuis bientôt 10 ans, la première pose de toilette hygiénique remontant à 2010. Le réseau Diotontolo compte actuellement deux dizaines d'opérateurs privés répartis dans cinq régions de Madagascar.

L'objectif principal de la structure Diotontolo, depuis sa création, est de contribuer à améliorer le taux d'équipement des ménages en toilette hygiénique. Depuis 2 ans, Diotontolo a pour ambition de toucher l'assainissement liquide individuel : au niveau des ménages mais également au niveau collectif tout en travaillant parallèlement sur les 3 maillons de l'assainissement liquide : l'accès, l'évacuation et le traitement des déchets liquides.

Afin de partager son expérience, ses perspectives et de promouvoir le développement de la filière assainissement liquide, Diotontolo propose un atelier de partage d'expériences conviant les acteurs du secteur EAH s'intéressant aux activités de Diotontolo et plus largement aux enjeux liés à l'assainissement liquide.

Cet atelier, se déroulant sur une journée, s'organisera autour de quatre axes :

- Structuration, organisation et ambitions de l'association Diotontolo ;
- Activités de Diotontolo pour l'accès à l'assainissement liquide individuel ;
- Activités de Diotontolo pour l'accès à l'assainissement liquide collectif ;
- Activités de Diotontolo pour l'évacuation et le traitement des boues de vidange.

La matinée sera consacrée aux interventions des membres du GRET sur les activités Diotontolo et les stratégies mises en œuvres. L'après-midi s'organisera en sous-groupe, dans le but d'approfondir les axes mentionnés ci-dessous, et d'obtenir des retours et enrichissements des activités Diotontolo : avantages et limites identifiés, comparaisons de ces activités avec celles menées sur le secteur, propositions d'améliorations et de recommandations.

PROGRAMME DE L'ATELIER

Horaire	Activités
8h30	Accueil des participants
9h	Ouverture de l'atelier
9h15 – 10h	Présentation de l'association Diotontolo et temps de question
10h – 10h30	Présentation du maillon assainissement individuel
10h30	<i>Pause-café</i>
11h – 11h30	Présentation du maillon assainissement collectif
11h30 – 12h00	Présentation du maillon évacuation et traitement des boues de vidange
12h	<i>Pause repas</i>
13h30 – 15h30	Travaux de groupes
15h30 – 16h	Synthèse de l'ensemble des travaux de groupe

DEROULE DE L'ATELIER

OUVERTURE DE L'ATELIER PAR RAN'EAU

L'atelier a débuté par un mot d'ouverture afin de remercier les invités d'avoir dégager du temps pour l'atelier et d'être présent, ensuite par présenter le déroulement de l'atelier.

HISTORIQUE DE L'EMERGENCE DU DIOTONTOLO

Mamisoa Andriamihaja, responsable du volet EPAD ou Eau Potable, Assainissement et Déchet du Gret a brièvement présenté l'historique de l'émergence du Diotontolo qui est né des projets d'eau potable et d'assainissement du Gret : Méddea ou Mécanisme durables d'accès à l'eau et à l'assainissement qui visait à équiper les ménages en toilettes. C'est de là qu'est née l'association Diotontolo qui œuvre aujourd'hui principalement sur l'accès des ménages à des toilettes hygiéniques mais aussi sur toute la filière de l'assainissement à savoir l'évacuation et le traitement des boues de vidange mais aussi dans la gestion de blocs sanitaires.

PRESENTATION DE L'ASSOCIATION DIOTONTOLO

Léa Ralalamoria, présidente de l'association Diotontolo a présenté l'historique de l'association, son organisation, sa mission et ses objectifs.

La présentation est visible en annexe.

PRESENTATION DE L'ASSOCIATION DIOTONTOLO

Ntsoa Ranaivoson, responsable de la partie « accès aux toilettes » de la structure a présenté l'expertise de la structure dans le domaine en illustrant avec des études de cas ainsi que le marketing social autour duquel se base les activités du Diotontolo illustré par une étude de cas également.

Les présentations sont visibles en annexe.

Questions et réponses après la présentation :

- ⇒ Qu'entend-t-on par opérateur mobile ?
Un opérateur Diotontolo, œuvrant dans la région Analanjirofo à Soanierana Ivongo a expliqué qu'un opérateur est dit « mobile » lorsqu' il se déplace d'un quartier à un autre, voire même d'une ville à une autre dans le but de satisfaire la clientèle.
- ⇒ Y a-t-il une partie vidange de toilettes à Sainte Marie ?
Ce dispositif n'est pas encore en place à Sainte Marie, toutefois une opératrice y travaille et œuvre sur Foulpointe sur l'accès, sur l'évacuation et le traitement des boues de vidange.

RETOUR D'EXPERIENCES DU DIOTONTOLO SUR LA MISE EN PLACE ET LA GESTION DE BLOCS SANITAIRES

Joelson Rajaomiafara, responsable de la partie « bloc sanitaire » que ce soit dans la conception, l'étude, la mise en place et la gestion a présenté les différentes expériences du Diotontolo sur le sujet. Des présentations des expertises du Diotontolo sur le domaine ont également été présentées.

La présentation est visible en annexe.

RETOUR D'EXPERIENCES DU DIOTONTOLO SUR L'EVACUATION ET LE TRAITEMENT DES BOUES DE VIDANGE

Fabbie Razafindrabe qui travaille essentiellement sur l'évacuation et le traitement des boues de vidanges a fait un léger rappel de ce que le Diotontolo entend par « vidange hygiénique et améliorée ». Ensuite les différentes expertises de la structure sur le sujet ont été présentées et illustrées par une étude de cas. La présentation est également visible en annexe.

La présentation a été suivie d'un témoignage de l'opératrice de Foulpointe qui travaille sur les trois maillons de l'assainissement. Celle ci a expliqué comment elle est amenée à travailler avec le Diotontolo :

- Appui de la structure pour l'installation de son activité : octroi de matériel, gestion des services, fonctionnement de la station et gestion des clients
- Accompagnement continu assuré par l'équipe Diotontolo afin de pérenniser la structure

L'opératrice a précisé que les activités d'évacuation et de traitement des boues complètent bien l'équipement des ménages en toilettes.

Questions et réponses après la présentation et le témoignage :

- ⇒ Quelle est la plus grande difficulté : l'accès ou la vidange ?
C'est la vidange la plus pénible vu que le travail doit se faire de nuit.
- ⇒ Combien de personnes travaillent dans votre entreprise ?
Je travaille avec trois personnes dans ma petite entreprise.
- ⇒ Quelle est la perception des gens sur votre travail ? En disent-ils du mal/du bien ?
Au début, les gens se moquaient de nous mais après des séances de sensibilisation et après avoir vu ce que nous faisons, ils nous félicitent pour la réalisation de ce travail pénible et nous encouragent.
Suggestion des participants à inscrire sur les combinaisons : « Miasa aho mba hanadio anao »
- ⇒ Pourquoi les hôtels n'ont pas été les premières cibles ?
Au début, le projet ciblait les plus vulnérables mais actuellement on vise la rentabilité de la structure tout en conciliant avec le mandat social et afin d'avoir un système de péréquation.
- ⇒ Surprise sur le fait qu'on peut faire de la rentabilité sur l'accès aux toilettes, la vidange et le traitement, comment est-ce que vous choisissez vos zones d'intervention ?
On n'en choisit pas mais on peut toujours travailler là où il faut nettoyer tant qu'on a fait une étude et diagnostic au préalable.
- ⇒ Est-ce que ce n'est pas possible de grouper quelques ménages surtout lorsqu'on parle de communes où le foncier ne fait pas partie des soucis majeurs : utiliser une fosse commune pour deux voire plusieurs ménages ?
C'est bien sûr possible et envisageable : à tester !
- ⇒ Valorisation de boues par site d'enfouissement : collaboration avec des institutions qui travaillent sur le reboisement ? C'est ce qu'ils font à Ambositra.
Le Diotontolo gère déjà des sites d'enfouissement de boues dans le Vakinankaratra et le travail avec des institutions pour faire le reboisement est une idée envisageable.
- ⇒ Est-ce que les opérateurs utilisent le biogaz aussi ailleurs comme à Tanà ?

Le biogaz est utilisé sur chaque station de traitement par le gérant pour la cuisson et l'éclairage.

TRAVAUX DE GROUPE

Sur chaque composante d'activités du Diotontolo à savoir l'accès aux toilettes, la gestion de bloc sanitaire et la gestion des boues de vidanges, les participants ont été amenés à partager leurs avis sur les avantages et les limites de ces services ainsi que les pistes d'amélioration.

Les résultats de ces groupes de travail sont présentés ci-après :

Accès aux toilettes

MARKETING	SENSIBILISATION	TECHNIQUE
AVANTAGES		
<ul style="list-style-type: none"> - Permet l'accès des gens à une latrine hygiénique - Augmentation du taux d'accès à des toilettes hygiéniques - Hygiène de la population - Réduction de la DAL 	<ul style="list-style-type: none"> - Business rentable pour l'opérateur - Création d'activités génératrices de revenus (AGR) - Diminution de la défécation à l'air libre dans les espaces publics 	<ul style="list-style-type: none"> - Peu de besoin en foncier - Capacité technique et marketing de l'équipe
LIMITES		
<ul style="list-style-type: none"> - Tarif non accessible aux plus vulnérables 	<ul style="list-style-type: none"> - Manque de publicité 	
PERSPECTIVES ET PISTES D'AMELIORATIONS		
<ul style="list-style-type: none"> - Développer un modèle de toilette avec 1 Fosse et plusieurs cabines pour ménages moyens - Multiplier la gamme de production - Faire encore plus de publicité - amélioration de l'assainissement individuelle - Mise à l'échelle dans d'autres fokontany ou régions 	<ul style="list-style-type: none"> - Taper fort sur la sensibilisation= changement de comportement pour soulever la demande - Sensibilisation massive pour les populations très vulnérables et appui - Valorisation des boues de vidange à l'échelle commerciale - Développer des messages « PERCUTANT » - Engager les « autorisations » clés et publier leurs témoignages 	<ul style="list-style-type: none"> - Appui à la commune pour l'approbation de la délibération en assainissement - Implication des ménages riches - Vente à crédit - Multiplication de la collaboration avec d'autres partenaires

<ul style="list-style-type: none"> - Plus de marketing (publicité) - Recherche d'autres produits - Perspectives d'assainissement individuel <p>=>Pour suivre la recherche sur le développement de latrines à faible coût pour ciblage efficace des populations vulnérables</p> <p>=>Dans ce sens, plus développer le volet social</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perspectives (pistes d'améliorations) <p>=>Diversifier les offres de toilettes</p>		
--	--	--

Bloc sanitaire

SOCIAL	GESTION	TECHNIQUE
AVANTAGES		
<ul style="list-style-type: none"> - Accessible pour tous - Permet à l'accès de tous les gens - Augmentation du taux d'accès à des toilettes hygiéniques - Hygiène de la population - Accès à ceux qui n'ont pas de latrines - Réduction de la DAL - Accessibilité de tous à une latrine améliorée 	<ul style="list-style-type: none"> - Business rentable pour le gestionnaire - Création AGR - Favoriser les compétitions locales (gestion locale) - Diminution de la défécation à l'air libre dans les espaces publiques 	<ul style="list-style-type: none"> - Etude de faisabilité bien ficelée - Capacité technique et marketing de l'équipe
LIMITES		
<ul style="list-style-type: none"> - Pour les vulnérables : difficile à payer le coût 	<ul style="list-style-type: none"> - Gestion communautaire pas forcément adaptée au contexte local de certaines régions - Dossier foncier - Rentabilité 	<ul style="list-style-type: none"> - Surface disponible - Exige beaucoup d'argent pour la mise en place de l'infrastructure - Manque de visibilité de Diotontolo sur les blocs

PERSPECTIVES ET PISTES D'AMELIORATIONS		
<ul style="list-style-type: none"> - Encourager ceux qui ne veulent pas évoluer - Amélioration : sensibilisation et animation divers 	<ul style="list-style-type: none"> - Approche sur le mode de gestion à adapter au contexte local - Ouverture 24/24h et 7/7jrs - Prendre contact avec des communes urbaines : interventions urbaines - Chercher des sites où il y a beaucoup de clientèle 	<ul style="list-style-type: none"> - Site d'implantation à étudier pour augmenter taux de fréquentation - Mettre en place la vente d'eau potable dans les blocs sanitaires - Multiplier les zones d'intervention - Bien identifier l'emplacement du bloc sanitaire - Mettre plus de visibilité de Diotontolo sur les blocs sanitaires - IEC – Changement de comportement - Utilisation de chauffe-eau à biogaz

Evacuation et traitement des boues de vidange

SOCIAL	ENTRE SOCIAL ET TECHNIQUE	CADRE	TECHNIQUE	COMMUNICATION
AVANTAGES				
<ul style="list-style-type: none"> - Préservation santé publique - Résolution des problèmes de ménages sur les toilettes pleines - Facilitation des clients par rapport à la construction c'est moins cher la vidange - Propreté de l'environnement 	<ul style="list-style-type: none"> - Toilette vidée prêt à être utilisé - Possibilité d'être transformé en engrais efficace - hygiène - Vidange hygiénique et améliorée - Diminution du taux de la DAL - Utilisation des sous-produits (biogaz-compost) 	<ul style="list-style-type: none"> - Modèle pour les autres chefs-lieux 	<ul style="list-style-type: none"> - Techniques de vidange hygiénique et améliorée - Gagne de l'espace - Les systèmes de traitement sont efficaces 	

<ul style="list-style-type: none"> - Création d'emplois dans la zone où le service est mis en place - Traçabilité des boues de vidange - Diminution de la prolifération de la nappe phréatique - Inexistence de contamination de la nappe phréatique - Formalisation des vidangeurs informels 				
--	--	--	--	--

LIMITES

<ul style="list-style-type: none"> - Le matériel de vidanges peut encore être amélioré - La mentalité des gens reste une limite - Débouchés produits valorisés - Us et coutumes locales - Foncier sur la mise en place d'une STBV - Faible communication sur la vidange hygiénique et améliorée - Peu de ménages peuvent avoir accès au service vu son coût 	<ul style="list-style-type: none"> - Le service n'est pas encore bien connu par la population - Coût - Accessibilité: matériel 		<ul style="list-style-type: none"> - Existence de plusieurs vidangeurs informels - Problème foncier pour la mise en place de la station - Problème d'accès pour la vidange - Accès dans des endroits telles que les ruelles limité - Production des sous-produits encore limitée et encore non exploitée - Le service n'est pas très concurrentiel face aux vidangeurs informels / artisanaux 	
--	---	--	---	--

PERSPECTIVES ET PISTES D'AMELIORATIONS

<ul style="list-style-type: none"> - Dupliquer dans des différentes régions - Améliorer certains maillons du service (transport, capacité de collecte...) - Travailler plus sur l'appui aux vidangeurs informels (notamment en milieu rural) 	<ul style="list-style-type: none"> - Promouvoir traitement boues au niveau des blocs sanitaires - Promouvoir la partie valorisation 	<ul style="list-style-type: none"> - Modèles pour les autres chefs-lieux - Communiquer pour inciter les autres chefs-lieux 	<ul style="list-style-type: none"> - Fosse mobile (comme le système Loowatt) - Utiliser des matériels adaptés, efficaces, et moins coûteux - Cherche toujours des moyens efficaces et fiables par tous les ménages - Moyens stratégiques pertinents - Amélioration des matériels de vidange (vidange mécanisée) - IEC et changement de comportement - Vente des sous-produits 	<ul style="list-style-type: none"> - Faire une grande campagne publicitaire concernant le service - Proposer le service à tout le monde mais pas seulement aux utilisateurs de Diotontolo - Besoin d'appuis matériels - Suggestion de faire plus de publicités et de travailler avec les autres fokontany - Plaidoyer auprès des Ministères pour faciliter l'acquisition d'un permis environnemental pour les STBV - Plaidoyer auprès des Ministères pour amplifier/augmenter les sanctions dans les rejets des boues à l'air libre
---	---	--	--	---

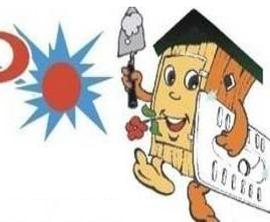
ANNEXES

GRET

Professionnels du
développement
solidaire



Diotontolo



Association Diotontolo

Professionnelle de l'assainissement

Historique

2010

1^{ère} Pose toilette Hygiénique,
Antsirabe



2010-2015

Recherche-action:
4P Marketing: Produit, Prix,
Promotion, Place



2015

Réflexion sur une pérennisation: BP, BM

2017

Association Diotontolo

2019

Association Diotontolo => ONG national Diotontolo



Organisation

Structure centrale (Foibe): 9 Personnes
Représentation,
Coordination, direction, animation,

Structure régionale: 1 ou 2 personnes
Représentation régionale, animation, accompagnement, suivi,

- 
- 20 Opérateurs
=> Equipement des ménages en toilettes hygiéniques

- 
- 5 opérateurs:
 - => Service de Vidange
=> Gestion de site de traitement

- 
- 2 Gérants
=> Accès au toilette Hygiénique
: Gestion de bloc sanitaire



Nos missions

1. Contribuer à l'accès aux toilettes hygiéniques



2. Contribuer à l'amélioration des taux d'équipement des ménages



3. Contribuer à l'accès aux vidanges Hygiéniques et améliorées



4. Accompagner dans le changement de comportement sur les messages wash



Marketing social: base de la stratégie Diotontolo



- Le marketing social utilise des outils du marketing commercial, garde toujours une vision **de rentabilité économique**, mais restant dans **un mandat social** : améliorer le bien être des populations.
- **Il part des besoins du consommateur** et tente d'y répondre, au contraire du marketing commercial qui peut créer un besoin toute de suite exprimé en demande afin de vendre des produits non essentiels.

Marketing social: base de la stratégie Diotontolo

Compromis entre rentabilité économique et le mandat social:

- Renforcer les relations avec les partenaires financiers
- Etablir un système de péréquation
- Favoriser l'appropriation
- Renforcer l'offre locale non la détruire
- Animer le réseau
- Continuer la "Recherche-action"



Enfin : Par opposition...

MARKETING

- Lien commercial
- Faire acheter un produit ou un service
- 4 leviers d'action : produit, prix, communication, distribution
- Pression du marché
- Communication produit ou service
- Logique de ROI (économique)

SENSIBILISATION

- Pas de lien commercial
- Faire adopter une pratique
- 1 levier d'action principal: la communication
- Implication forte des acteurs institutionnels
- Communication plutôt projet/ONG/publique
- Logique de ROI (social)
- Etudes plus approfondies des pratiques

Diotontolo

surtout dans marketing social



Méthodologie



Étude et
diagnostic

Définition d'une
offre marketing

Mise en place des
dispositifs

Optimisation et
extension

Accompagnement

Lancement
opérationnel



PERENISATION

Enseignement opérationnel

→ Le marketing demande des **compétences spécifiques**

→ Il n'existe **pas de modèle universel** : le marketing répond à un contexte donné

→ Le **suivi** des services est indispensable

→ **Créer la demande** ne veut pas dire que tout le monde peut payer

→ **Marketing et sensibilisation** sont nécessaires et **complémentaires**

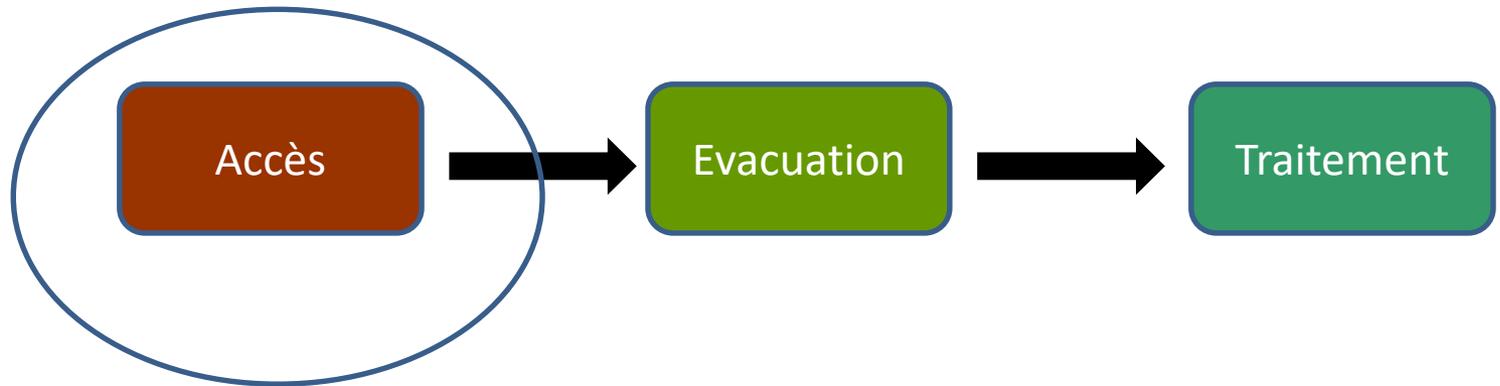


Résultats

1. Une structure locale avec plusieurs expertises
2. Un dispositif : réseau de 2 dizaines de Diotontolo opérateurs
3. Création d'un secteur d'activité rentable
4.10 000 toilettes hygiéniques posées
5. Base de donnée des toilettes Diotontolo posées (carte d'identité)
6. Gestion de 2 blocs sanitaires (Vavatenina et Sonieran'Ivongo)=> compétence en capacité de gestion des blocs sanitaires à caractères difficiles
7. 2ans d'exploitation à Foulpointe : un service de boue de vidange avec un biodigesteur
8. 5 gestionnaires de service de boue de vidange avec la technique d'enfouissement



Notre offre



1. **Réseau de 2 dizaines d'opérateurs** (Analamanga, Vakinankaratra, Antsinanana, Analanjirofo, Sainte Marie, Vatovavy fitovinany)

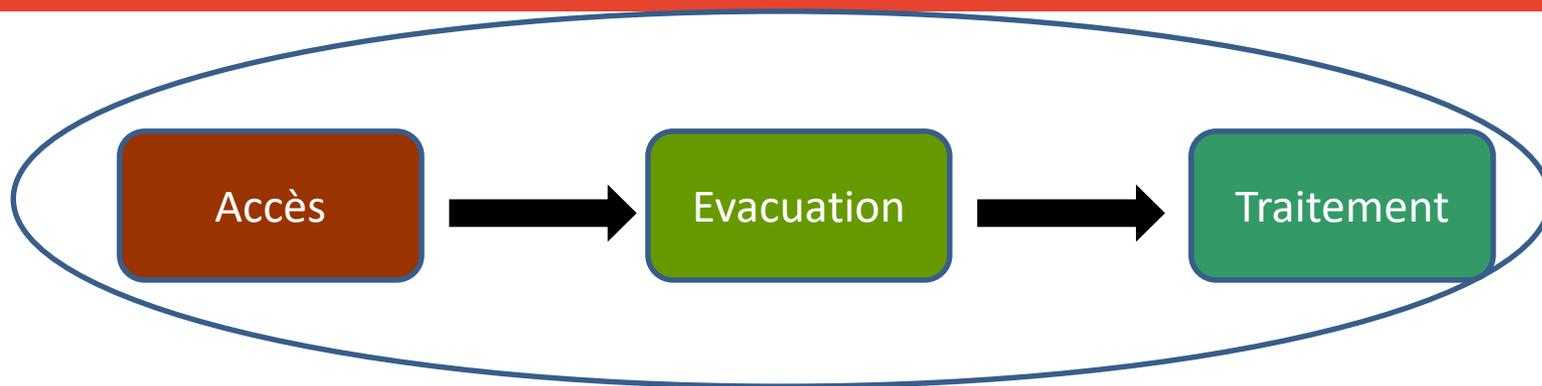


Organisation des sanimarchés



20 Diotontolo
avec
12 opérateurs

Notre offre



Expertise d'une mise en place de service liée à l'assainissement (public et/ou privée)



Notre offre

Structure pérenne : Coordination, animation, accompagnement



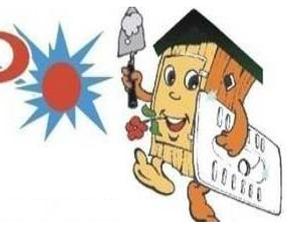
MISAOTRA TOMPOKO

GRET

Professionnels du
développement
solidaire



Diotontolo



Accès aux toilettes pour chaque ménage

Champ de compétence du Diotontolo et étude de
cas

Plan de présentation

Partie 1: le champ d'expertise du Diotontolo

1- le développement de produit (modèles de toilettes hygiéniques)

2- la mise en place d'un service marchand

3- la pérennisation des activités de vente de toilettes

Partie 2: étude de cas (Sainte Marie, Tana...)

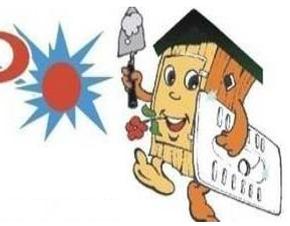


GRET

Professionnels du
développement
solidaire



Diotontolo



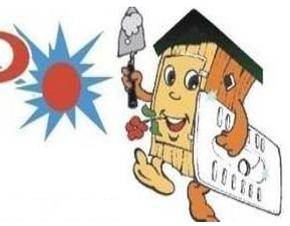
Partie 1: le champ d'expertise du Diotontolo

GRET

Professionnels du
développement
solidaire



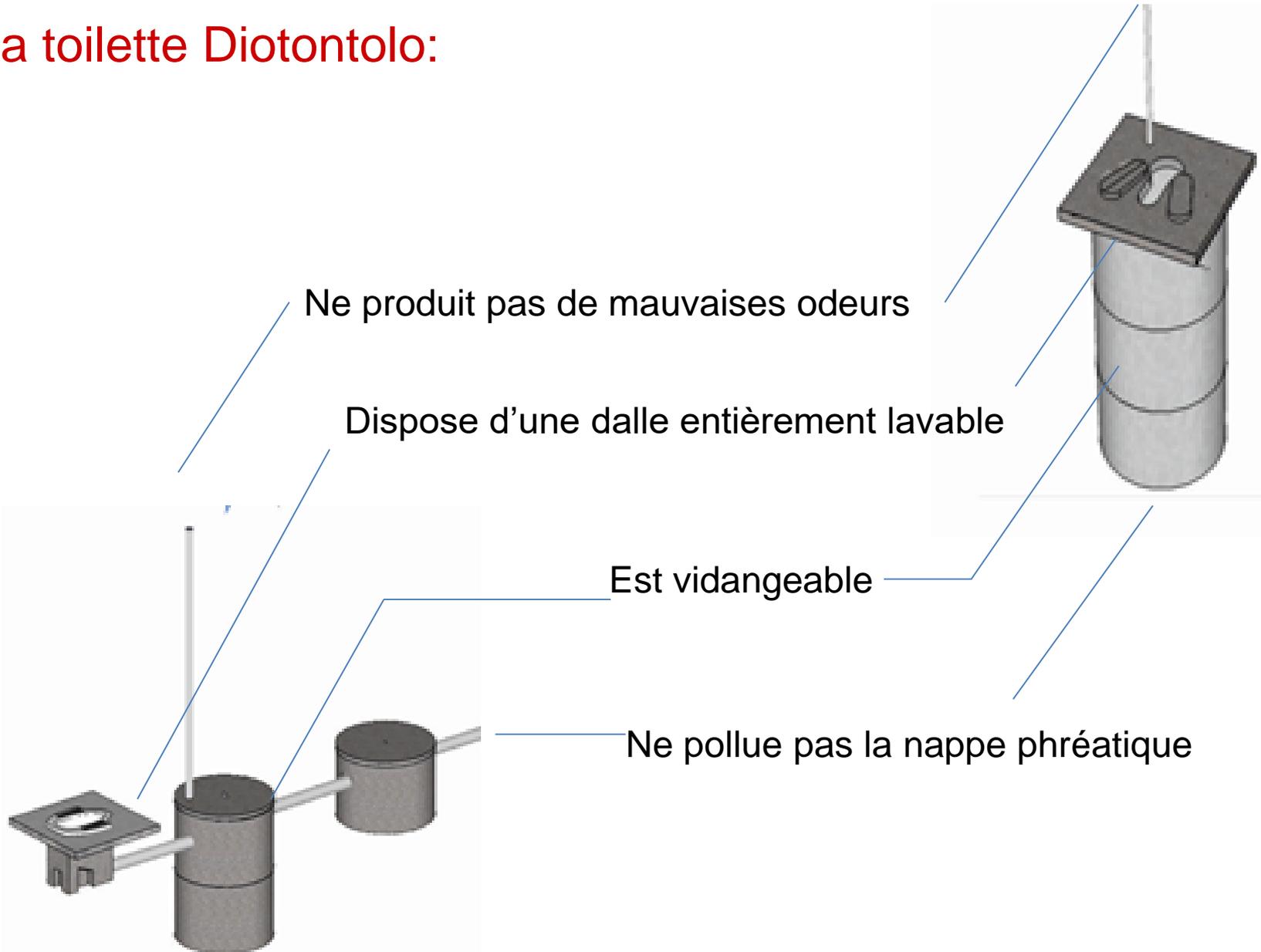
Dioutontolo



1- Le développement produits (toilettes hygiéniques)

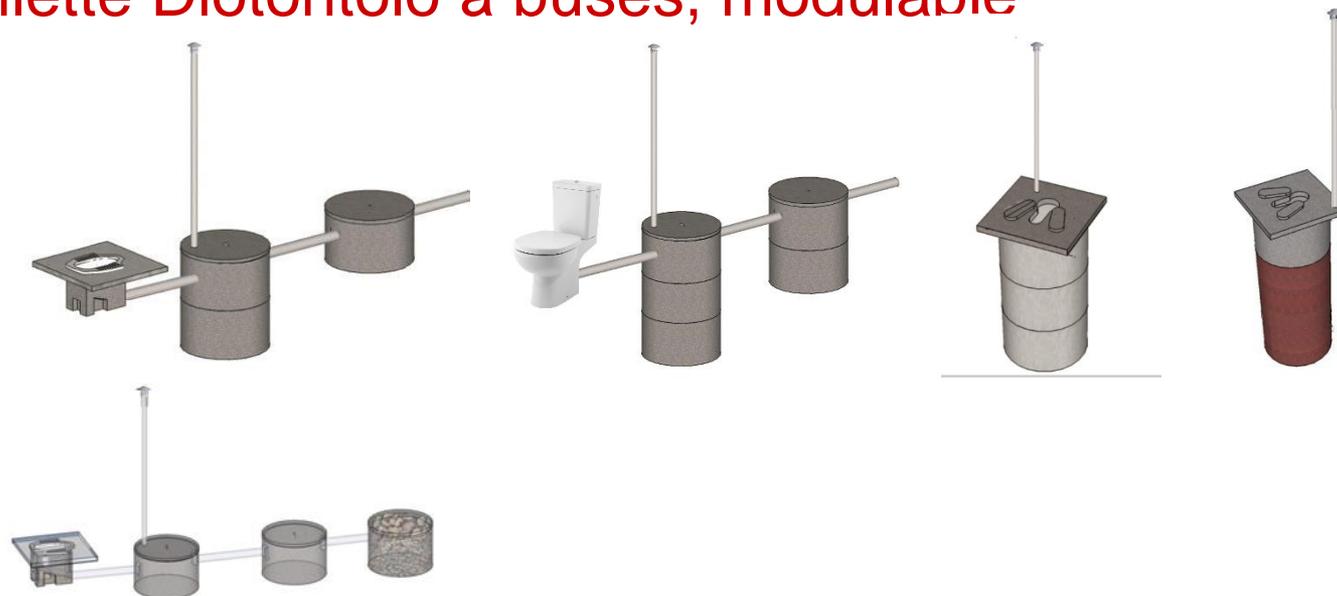
1-Le développement de produits

1-1:La toilette Diotontolo:



1-Le développement de produits

1-2: La toilette Diotontolo à buses, modulable



modèle	Nb buses	volume	Coûts de production
Fosse septique	5	1m3	425 000 Ar
FSK	3	600 litres	325 000 Ar
KB	3	1m3	175 000 Ar
DSP+	1	NA	90 000 Ar



1-Le développement de produits

1-3: La recherche de nouveaux modèles Diotontolo



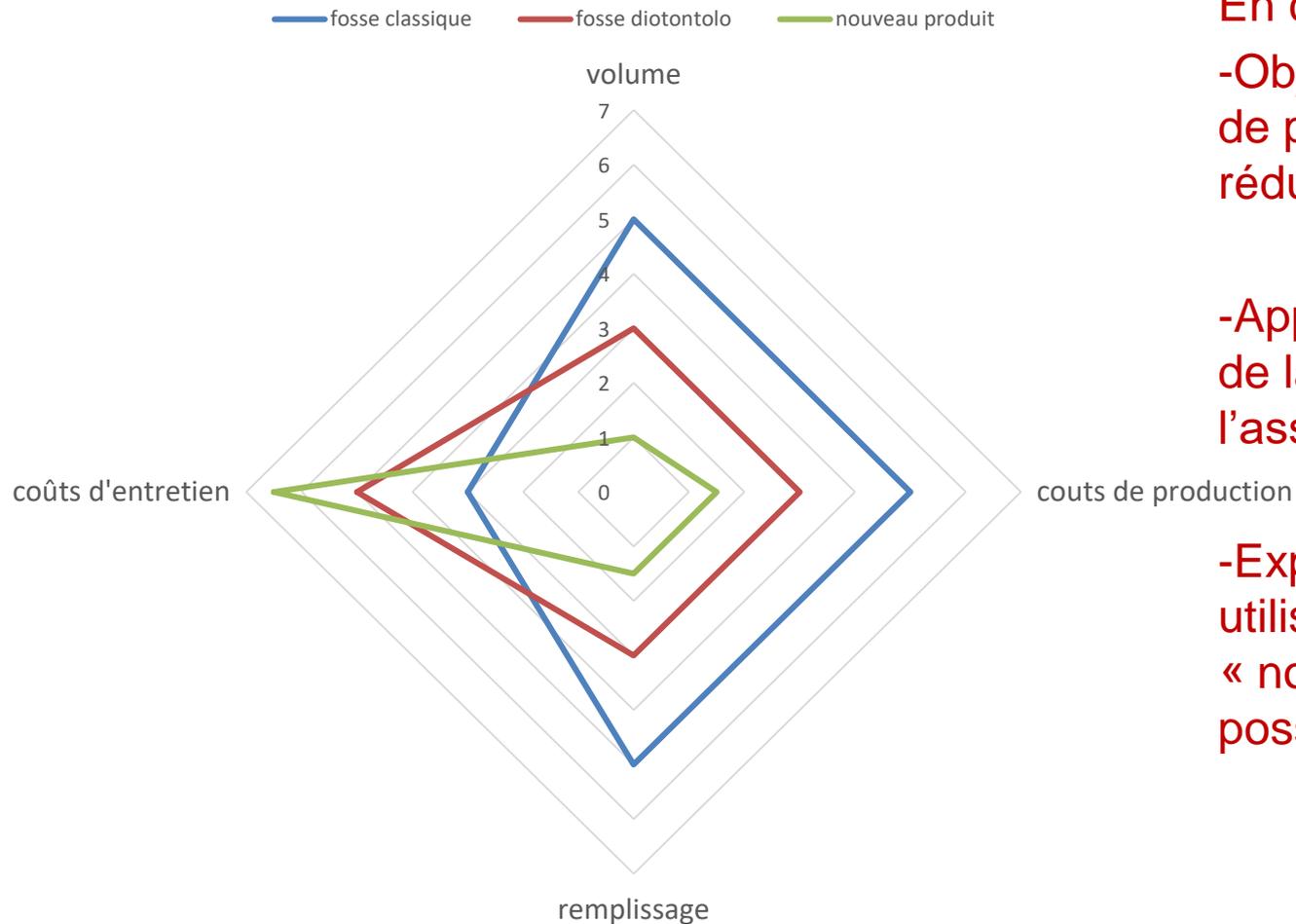
Importance particulièrement élevée: assure l'avenir économique de la structure

Ressources mises en œuvre grâce à l'appui du Gret via le projet SUEZ

2 stagiaires internationaux en binôme avec 2 stagiaires malagasy à plein temps pendant 6 mois avec l'équipe marketing du Diotontolo



1-Le développement de produits



En cours

-Objectif: à coûts de production réduits

-Approche intégrée de la chaîne de l'assainissement

-Expérience utilisateur la plus « normale » possible

1-3: La recherche de nouveaux modèles Diotontolo

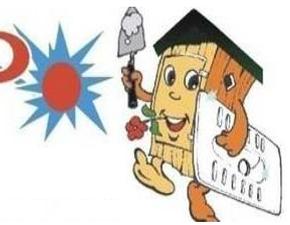


GRET

Professionnels du
développement
solidaire



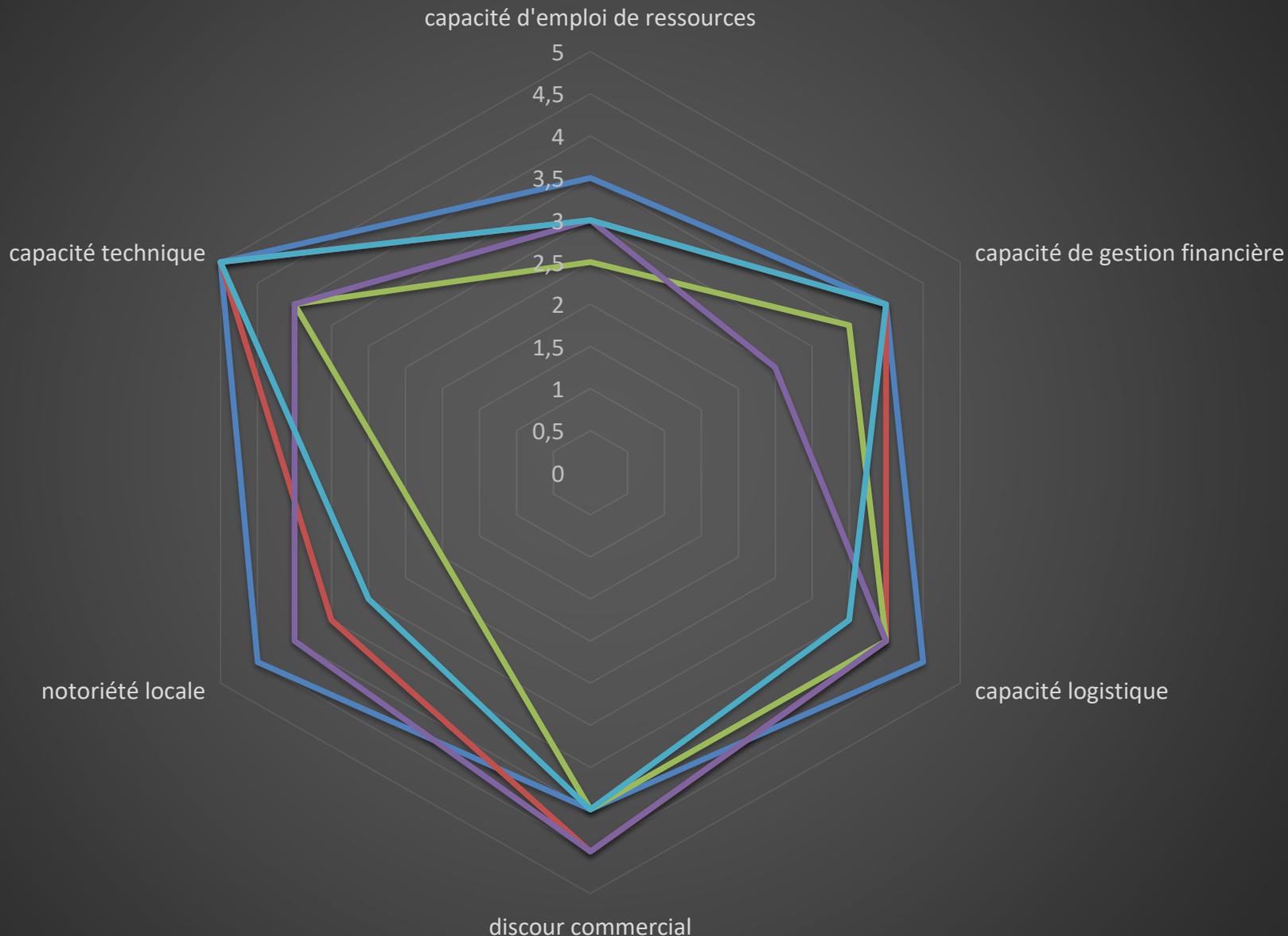
Dioutontolo



2- la mise en place d'un service marchand

2- Mise en place d'un service marchand

2-1: Le profil du porteur de l'activité:



2- Mise en place d'un service marchand

2-2: L'approche entrepreneuriale



Évaluation du marché

- qualitative
- quantitative

Offre marketing

- 4P
- Formations
accompagnement

activités

- Type: animation,
PaP, promo, pub...
- planification

sur les volumes de travail:

→ Rationalisation des coûts d'acquisition clients (depuis opérateurs novices, prudents à proactifs, expérimentés)

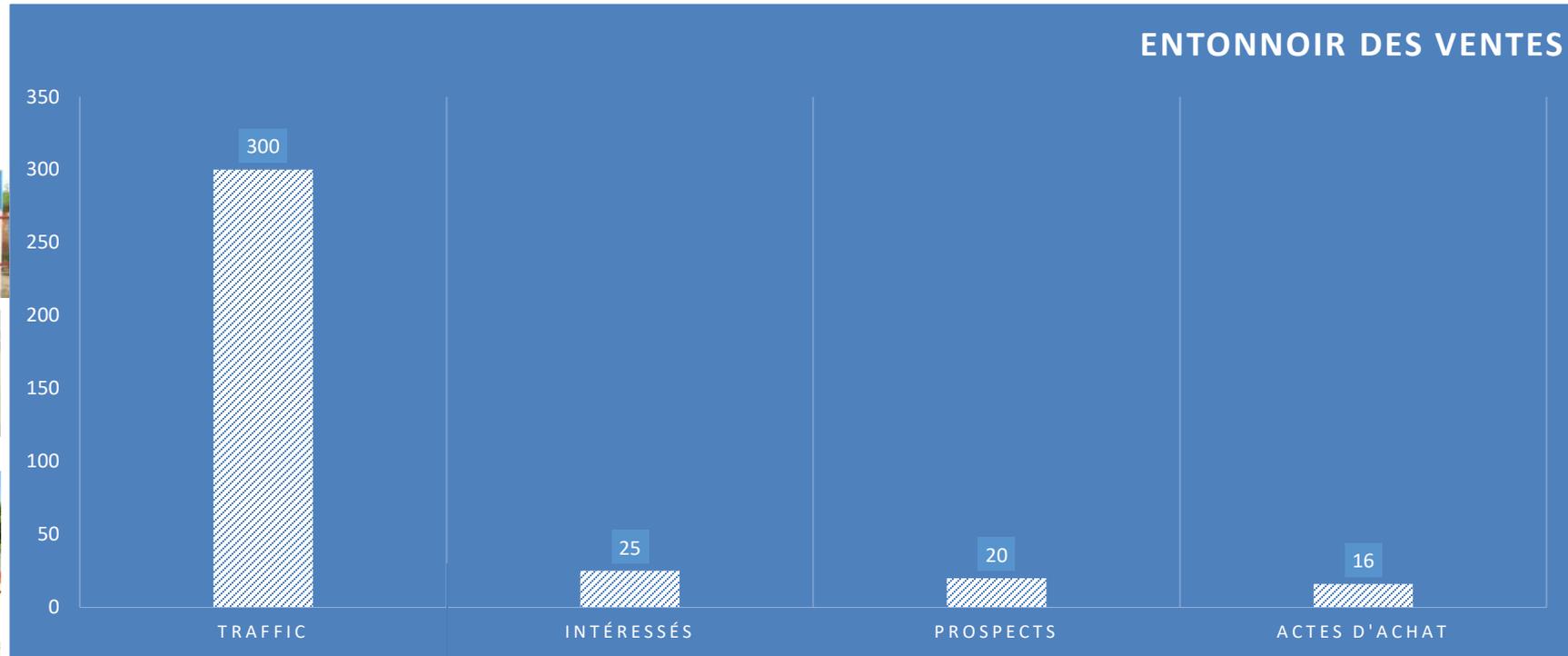
sur la qualité du travail:

→ La vente personnalisée (questionnement, relance/timing, présentation offre...)



2- Mise en place d'un service marchand

2-3: le suivi accompagnement



Push: volume et notoriété,
activités :
+- ponctuelles,
sur les marchés,
rues, Facebook...



Pull, facteur le plus important est la qualité de la mise en œuvre
Difficulté ++
Étalé dans le temps (surtout en début de mise en œuvre)



Mise en place d'un service marchand

Une structure d'appui est nécessaire

Faire fonctionner un service dépasse souvent largement le niveau des petits opérateurs

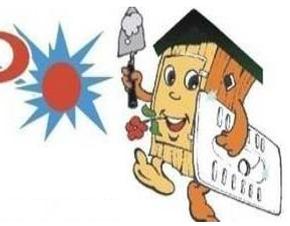


GRET

Professionnels du
développement
solidaire



Diotontolo



3-La pérennisation des activités de vente de toilettes

3- pérennisation

Les formes de pérennisation que le Diotontolo a développé

1) **extension de financements**: permet de continuer à faire vivre la structure mère et ainsi continuer à implanter et coacher des opérateurs

2) **Changement (ou non) de segment de clients**: permet aux opérateurs de continuer à faire vivre leur magasin. Généralement sans trop de nouvelles interventions de la structure mère mais avec une taille de marché plus réduite

Clients « prix coûtant »

Clients « subventions »

3) **Adaptation du dispositif**: nouveaux segments clients, nouvelle offre, nouveaux canaux, nouveau dispositif...

Clients « prix coûtant »

Clients « subventions »

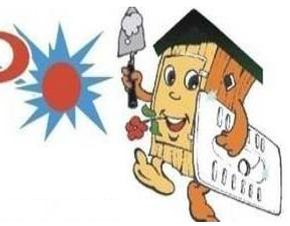


GRET

Professionnels du
développement
solidaire



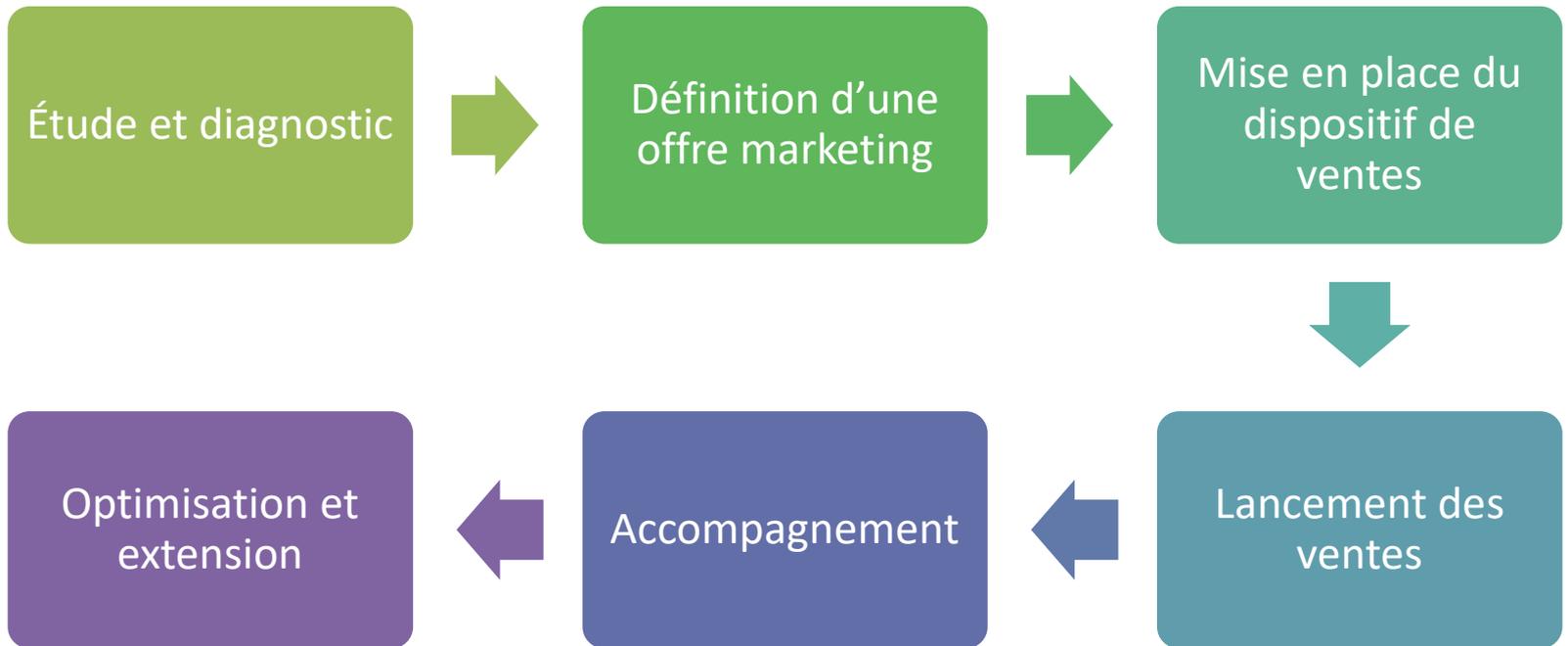
Diotontolo



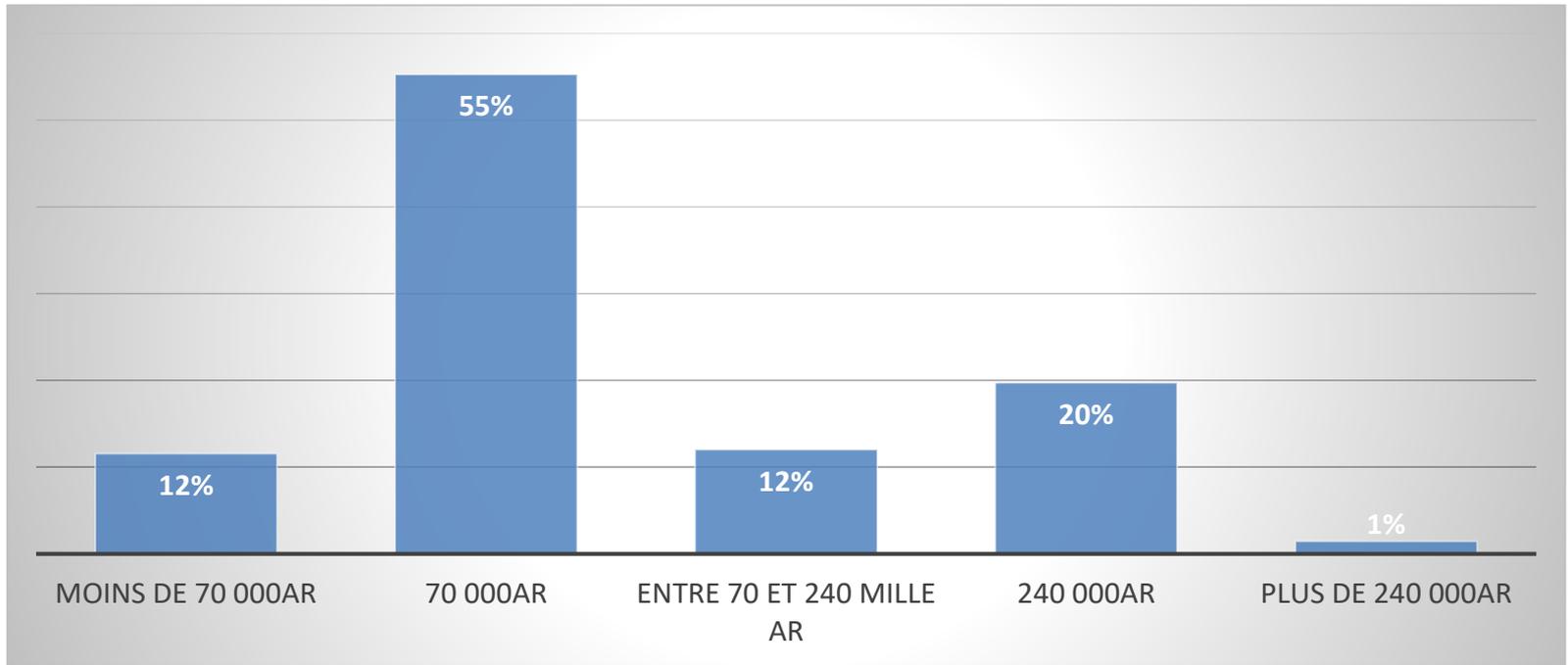
Partie 2: étude de cas

Analanjirofo (Sainte Marie)

étapes



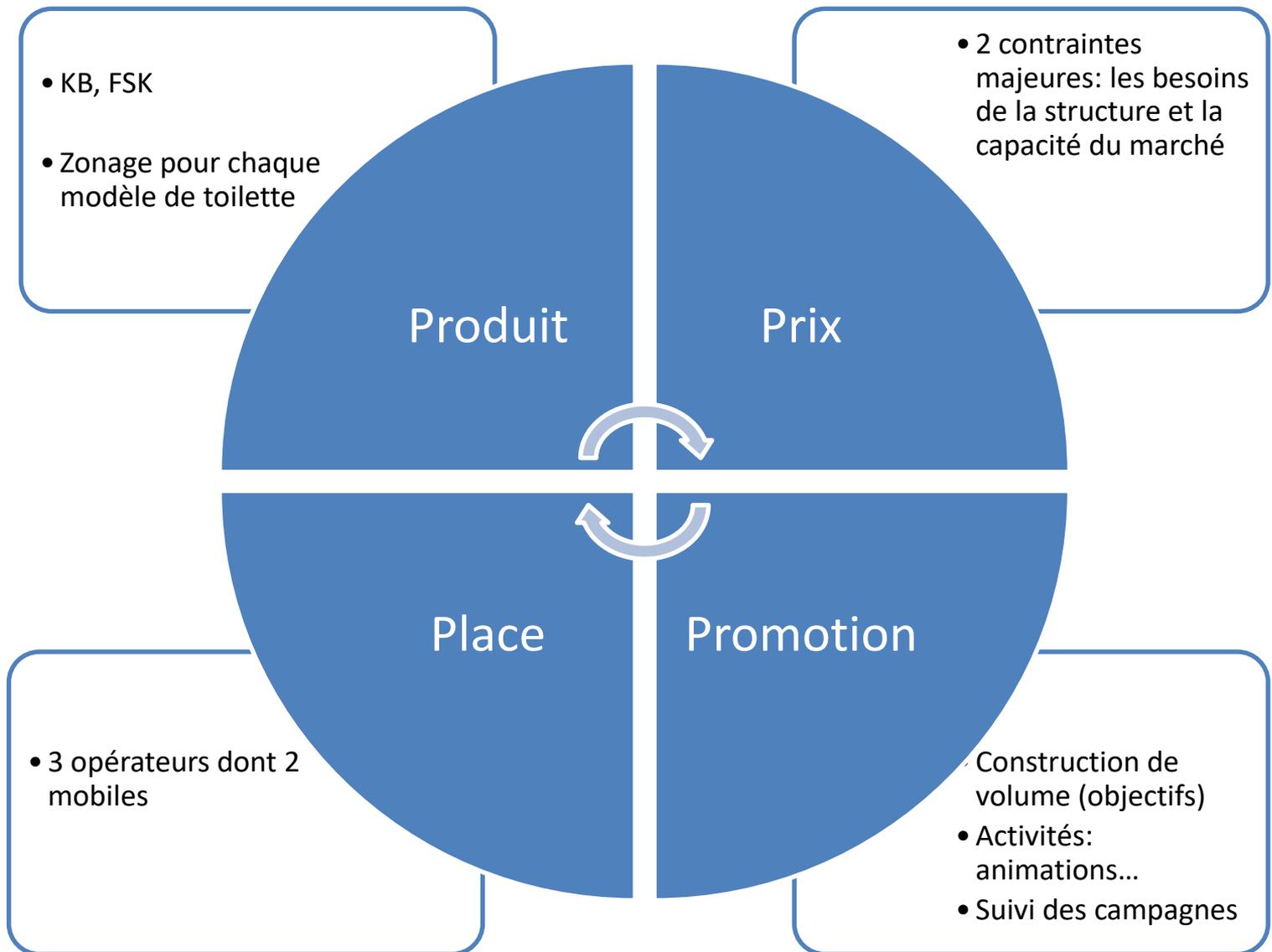
1- Études et diagnostic



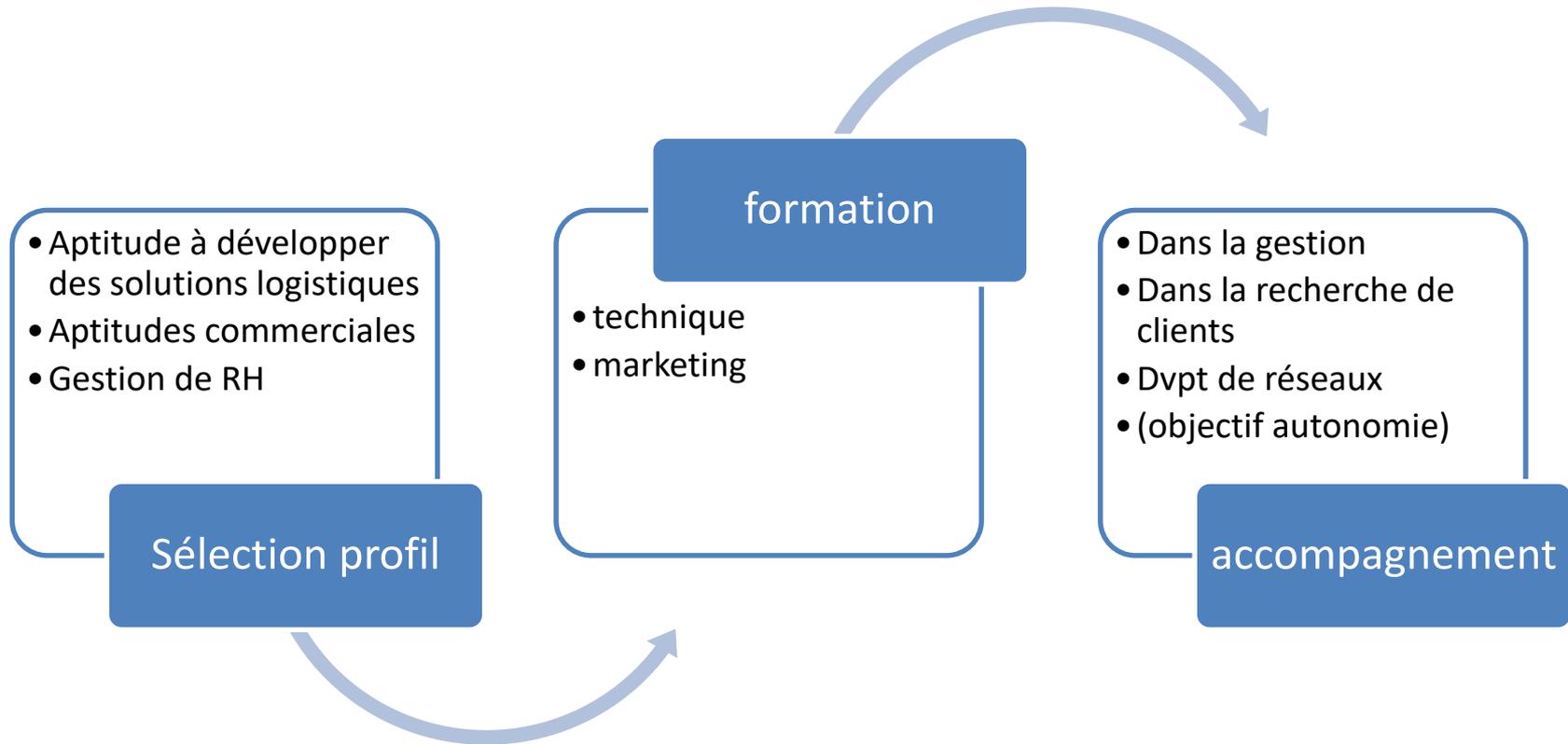
Type de données	Capacité à payer	Potentiel	Types de toilettes les plus prisés		Analyse de la concurrence (dir et indir)		
Cas Sainte Marie	55% capables de payer 70 000ar +	Estimé à 3500 toilettes	VIP: 55%	Fosse septique: 45%	DAL 39%	Simple trou 30%	Grosses fosses septiques



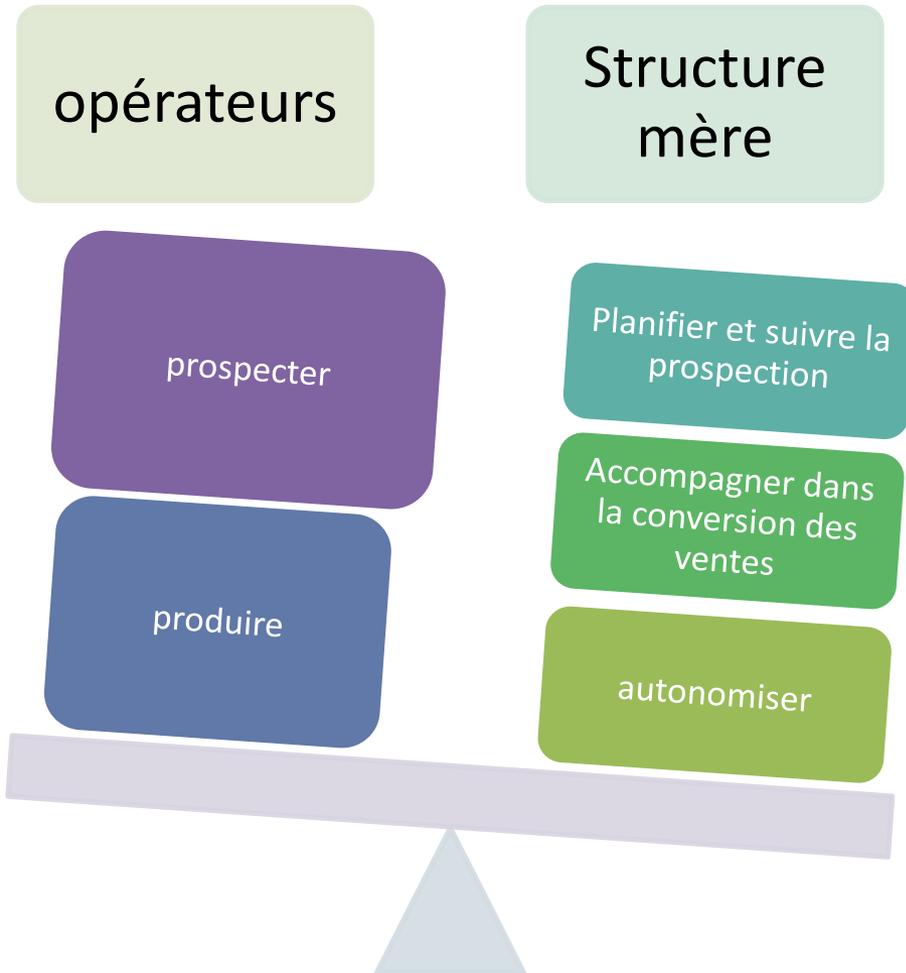
2- création d'une offre marketing



2- création d'une offre marketing



3- lancement des ventes



3- extension

Cas:

- Soanierana Ivongo(2)
- Ampasimbe (2)
- Sainte Marie (en cours)
- Ambohibary (3)
- V7V (4)

Important dès qu'on dépasse l'échelle de la commune

Combinée à une variabilité de profils



Extension de la zone de chalandise

- Nouveaux sites...

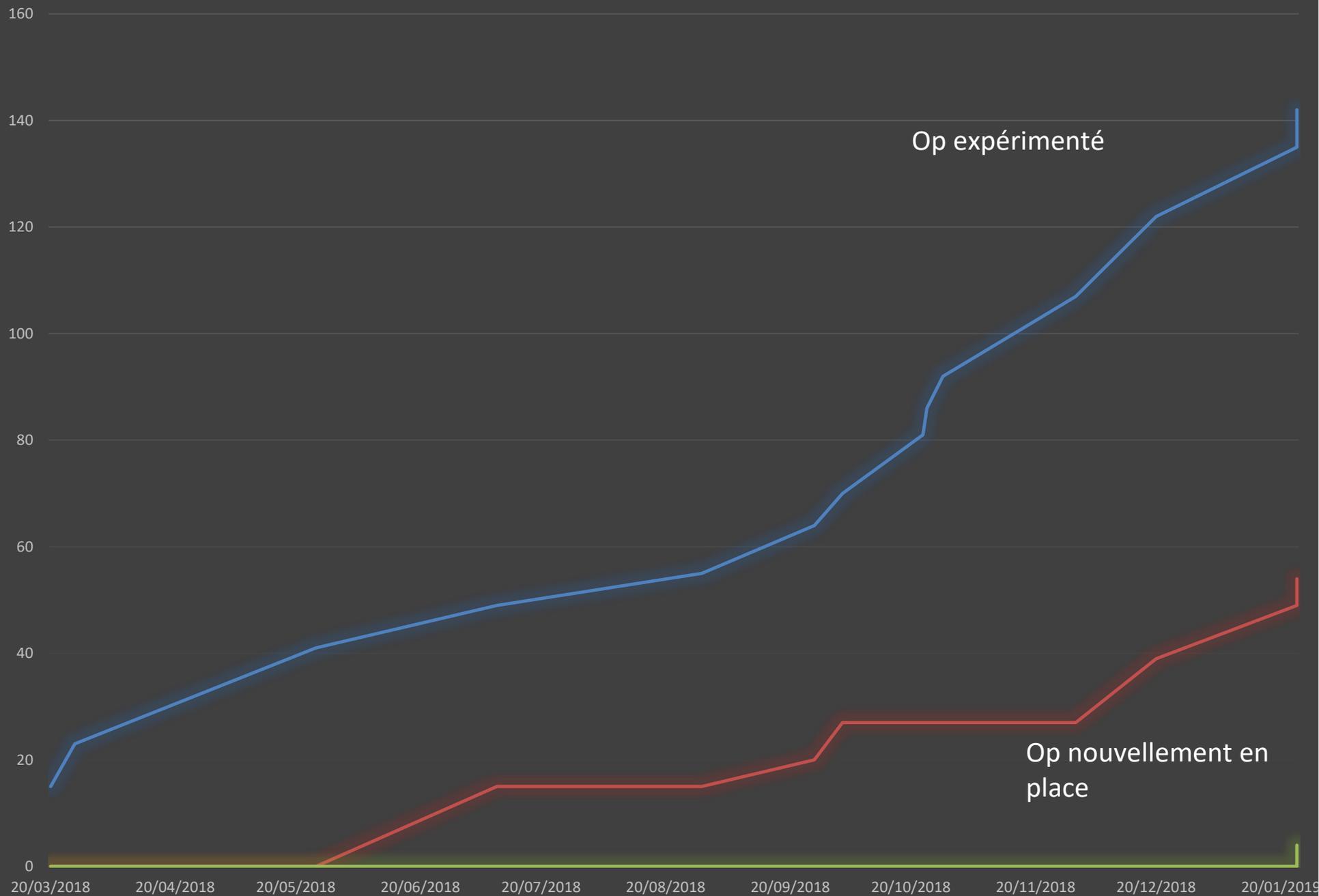
Augmentation des RH

- Nouveaux employés délocalisés

Indépendance d'un RH

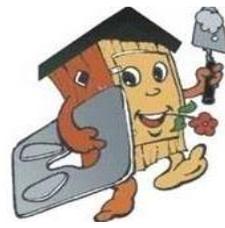
- Nouvel opérateur
- 

évolution des ventes sur les phases de mise en œuvre: Sainte Marie

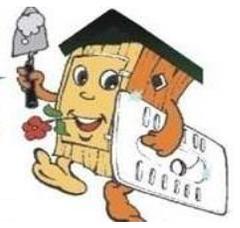


GRET

Professionnels du
développement
solidaire



Diotontolo



Association Diotontolo

Professionnels de l'assainissement

Marketing social: base du Diotontolo



- Le marketing social est à la **croisée des chemins** entre marketing commercial et sciences sociales.
- Le marketing social utilise des outils du marketing commercial, garde toujours un **objectif commercial**, mais inclut un **objectif social** : améliorer le bien être des populations.
- **Il part des besoins du consommateur** et tente d'y répondre, au contraire du marketing commercial qui peut créer un besoin afin de vendre des produits non essentiels.

Marketing social: base du Diotontolo

- - Appropriation des clients cibles
- - Renforcer l'offre locale au lieu de le détruire
- - Démultiplication de subvention

Idées reçues ?

Le marketing **n'est pas** de la sensibilisation



- Aspect commercial : vendre un produit/service
- Contexte concurrentiel
- Plusieurs leviers d'actions (4P) et non pas seulement la communication

Le marketing **n'est pas** seulement de la communication



Par opposition...

MARKETING

- Lien commercial
- Faire acheter un produit ou un service
- 4 leviers d'action : produit, prix, communication, distribution
- Pression du marché
- Communication produit ou service
- Logique de Retour sur investissement (économique)

SENSIBILISATION

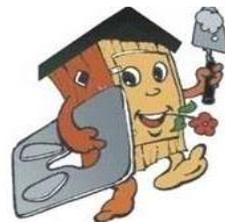
- Pas de lien commercial
- Faire adopter une pratique
- 1 levier d'action principal: la communication
- Implication forte des acteurs institutionnels
- Communication plutôt projet/ONG/publique
- Logique de Retour sur Investissement (social/ environnemental)
- Etudes plus approfondies des pratiques

Quelques enseignements opérationnels

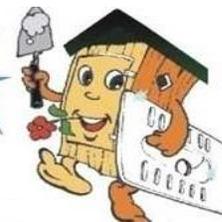
- Le marketing demande des **compétences spécifiques**
- Il n'existe **pas de modèle universel** : le marketing répond à un contexte donné
- Le **suivi** des services est indispensable
- **Créer la demande** ne veut pas dire que tout le monde peut payer
- **Marketing et sensibilisation** sont nécessaires et **complémentaires**

GRET

Professionnels du
développement
solidaire



Dioutontolo



Dioutontolo

Le marketing social appliqué à l'hygiène et l'assainissement

Objectif

Durablement équiper les ménages les plus vulnérables en toilettes hygiéniques (+accès à l'assainissement)

Positionnement

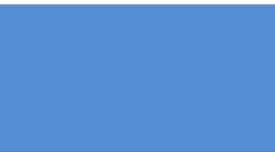
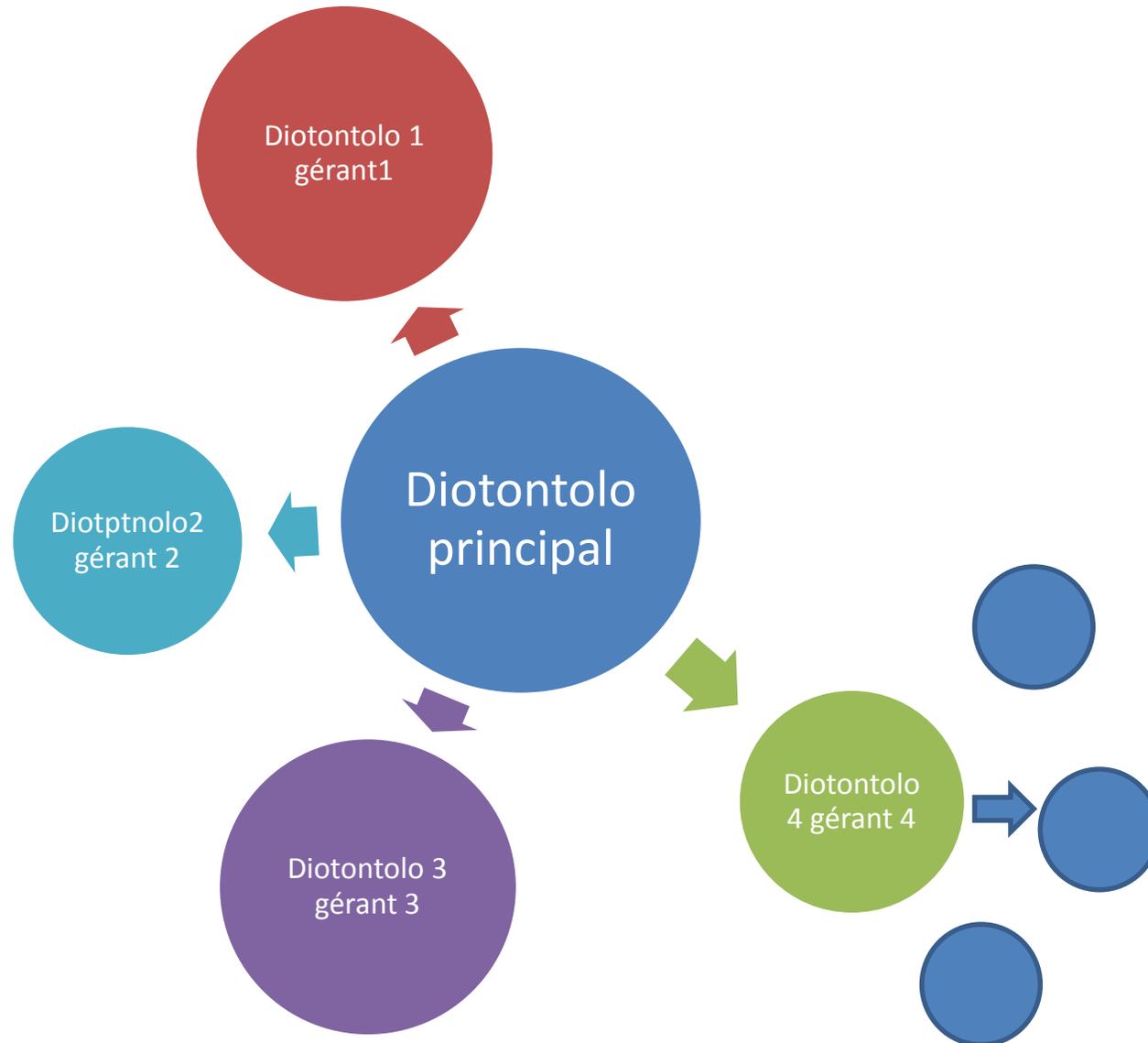
(Réseau d') Opérateurs privés œuvrant en partenariat avec des « bailleurs » afin de promouvoir durablement l'assainissement à Madagascar

Segment cible

Ménage moyen (capable de payer), propriétaire, possédant ou non une toilette et insatisfait de sa solution actuelle d'assainissement



Structuration du diotontolo



Le mix marketing Diotontolo: produits

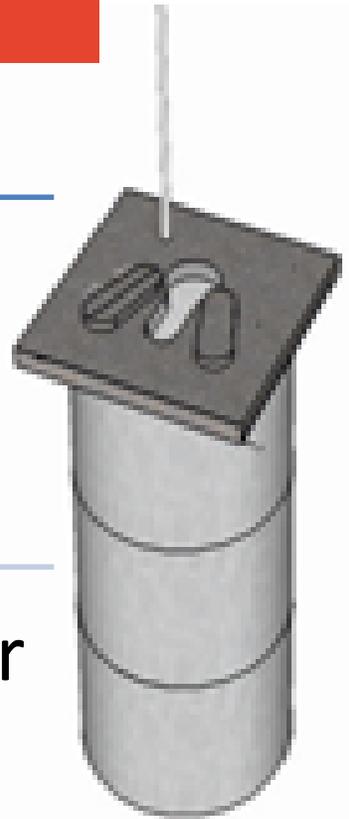


produits

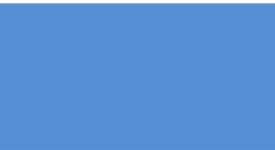
De fabrication locale, fiable et robuste

Entièrement lavable et sans odeur
vidangeable et ne polluant pas la nappe

Garantie + SAV et à faible empreinte au sol



Un tarif promotionnel permettant un accès pour tous



Prix réel de la toilette incluant la marge opérateur (tarif utilisé pour les ventes hors subvention)

Tarif (promotionnel) client basé sur la capacité à payer préalablement déterminée lors d'une étude de marché

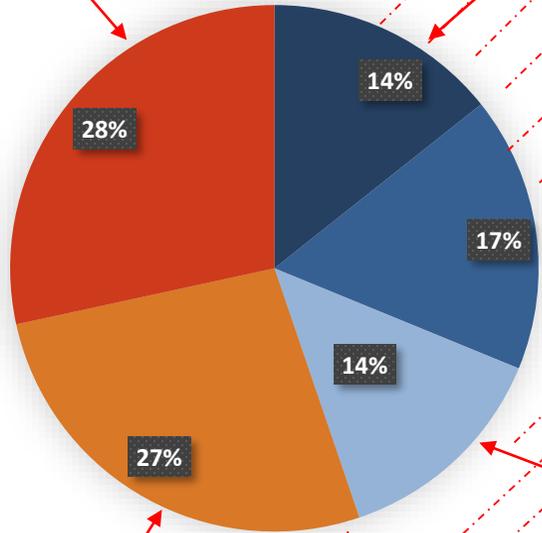
Participation du client

Subvention des équipements d'assainissement

Coût de mise en œuvre du dispositif

Marketing

Fonctionnement du Diotontolo



Un réseau de distribution au plus près des couches les plus vulnérables

Diotontolo c'est :

- un réseau de 44 magasins spécialisés répartis dans 5 régions
- gérés par 38 opérateurs
- dont 14 se sont entièrement spécialisés dans l'activité et gèrent plusieurs magasins
- 7000+ toilettes posées et référencées
- une présence permanente hors subventions



Un contact permanent



Activités de **promotion** menées de manière conjointe

Formation et **accompagnement** permanent des opérateurs

Système informatisé et **géo-référencé** de suivi de toutes les toilettes

Recherche, développement et diffusion de nouveaux produits

Bienvenue, vous pouvez consulter les différentes toilettes

Coherence

Etape de Validation :

Les sites Diotontolo

Recherche Toilettes : Entrez un mot

Cherchez : **Les Toilettes dans le Site : Ambano 250**

Acheteur : Ravalisoa Tsiambaka Num vente:0 Lid:12 Num Lot : 0

Informations Smart Phone		
Latitude : -19.7307833333333	Longitude : 47.0354716666667	Altitude : 1845.2
Date Collecte : 2016-10-13	Start time : 2016-10-13T06:54:04.867+03	End Time : 2016-10-07T10:45:57.268+03
Ref. :	Nom commercial : Aritsimba	Nom acheteur : Ravalisoa Tsiambakaina
Adresse : Androkavato	Num Phone : 330881819	Num Facture : 0
Date dern paiement : 2014-	Type Toilette : kabone beton	Nom Accessoire : tsy misy

Zone	Resp collecte	Nom site diotontolo	Num vente	Num facture	Nom acheteur	Fokontany acheteur	Nom toilette	Nb personne l	Gps toilette
nord_centre	patricia	ambatolampy	454	454	Andriamampionona Seta	B 80 A Ankodondona	fosy_septika_kely	4	-19,38597
nord_centre	Tahiry	Ambatolampy	196	196	Andriamanampisoa	Ambodiriana	fosy_septika_kely	10	-19,378
nord_centre	Herilala	Ambatolampy	138	138	Andriamiarisoa Olivier	Ankodondona	fosy_septika_kely	5	-19,384
nord_centre	naly	ambatolampy	15	15	Andriamizaka Iova nantenaina	Ambohimpionana	kabone_beton	5	-19,8
nord_centre	patricia	ambatolampy	435	435	Andriamparany	Bemasandro est	fosy_septika_kely	5	-19,3
nord_centre	patricia	ambatolampy	464	464	Andrianjanarison Guillaume Arsei	Haute ville. A 27 ter	fosy_septika_kely	10	-19,3
nord_centre	tinnet	ambatolampy	153	153	Andrianomenjanahary	Ambonidrefana	fosy_septika_kely	2	-19,3
nord_centre	Takin	ambatolampy	153	153	Andrianomenjanahary	Ambonidrefana	fosy_septika_kely	7	10,2

Consultation données Suivi pose Diotontolo

Nom acheteur	Andriamparany	Nom toilette	fosy_septika_kely
Nom site diotontolo	ambatolampy	N° ID Toilette	435_11:23_11:31
Zone	nord_centre	Num vente	435
Fokontany acheteur	Bemasandro est	Num facture	435
Nom agent		Nom commercial	Felana
Resp collecte	patricia	Nb personne utilisateur	5
Num phone acheteur	331209675	Gps toilette latitude	-19,38528
Date dernier paiement	09/07/2016	Gps toilette longitude	47,4387833333333
Nom accessoire	tsy_misy	Gps toilette altitude	1593,1
Autre accessoire		Gps toilette precision	5
Element manquant	tsy_misy	Num lot vente	
Montant facture	150000	Date réelle pose	09/07/2016
		Coordonnées géographiques	-19.38528,47.43878333

Validation Validation photo: OUI Date validation

Une approche promotionnelle adaptée au segment cible



Promotion de la marque principalement portée par les

animations de proximité

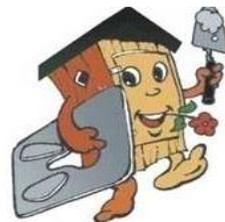
Les commerciaux en porte à porte

La publicité radio et l'affichage

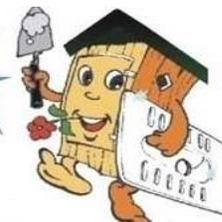
+ des campagnes de sensibilisation ciblées

GRET

Professionnels du
développement
solidaire



Dioutontolo



Étude de cas de mise en place



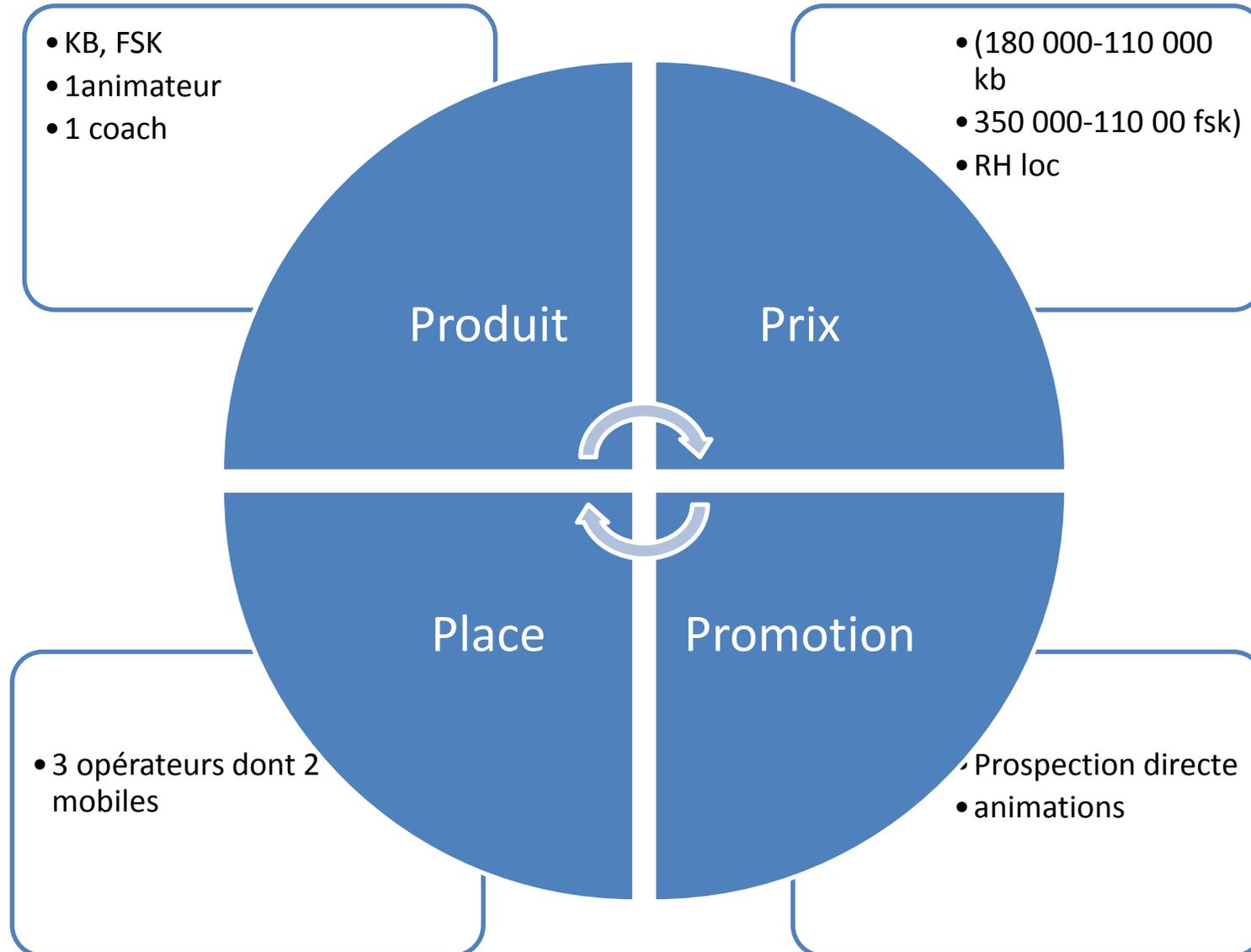
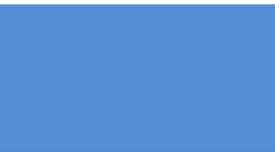
Les phases de mise en œuvre du dispositif Diotontolo



La phase d'étude et diagnostic [0%-100%]

 <p>objectifs</p>	Évaluation de la capacité à payer des clients		
	Évaluation de la demande (volume et qualité)	exemples	Sur Analanjirofo: 50,000ar à 350000ar
	Type et modèle de toilette		65% des ménages ne sont pas équipés, motivés par le confort et le statut, fenêtre de vente (période rente et tourisme)
	Canaux de communication efficace		modèle de toilette spécifique sur foulpointe
			Animations de proximité (marchés, festivals...) prospection ménages

Définition d'une offre marketing [0%-100%]



Mise en place du dispositif [40%-60%]



- Aptitude à développer des solutions logistiques
- Aptitudes commerciales
- Gestion de RH

Sélection profil

formation

- technique
- marketing

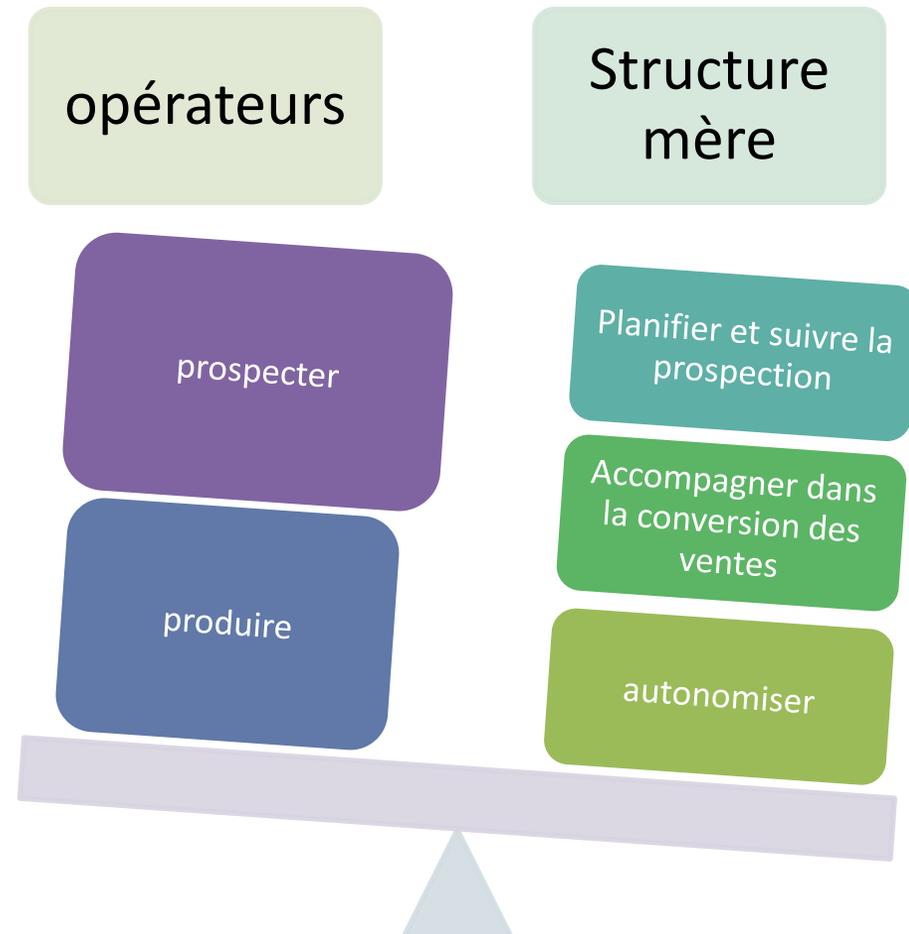
- Dans la gestion
- Dans la recherche de clients
- Dvpt de réseaux
- (objectif autonomie)

accompagnement

Représente un Investissement en temps et en ressources mais assure tout le fonctionnement du dispositif

Part de l'op investissement foncier, temps de travail, risque lié au prêt initial

Lancement des ventes et accompagnement [30%-70%] des responsabilités pour [70%-30%] des charges de travail



Extension:

Extension de
la zone de
chalandise

- Nouveaux sites...

Augmentation
des RH

- Nouveaux employés délocalisés

Indépendance
d'un RH

- Nouvel opérateur

Cas:

-Sonierana Ivongo(2)

-Ampasimbe (2)

-Sainte Marie (en cours)

-Ambohibary (3)

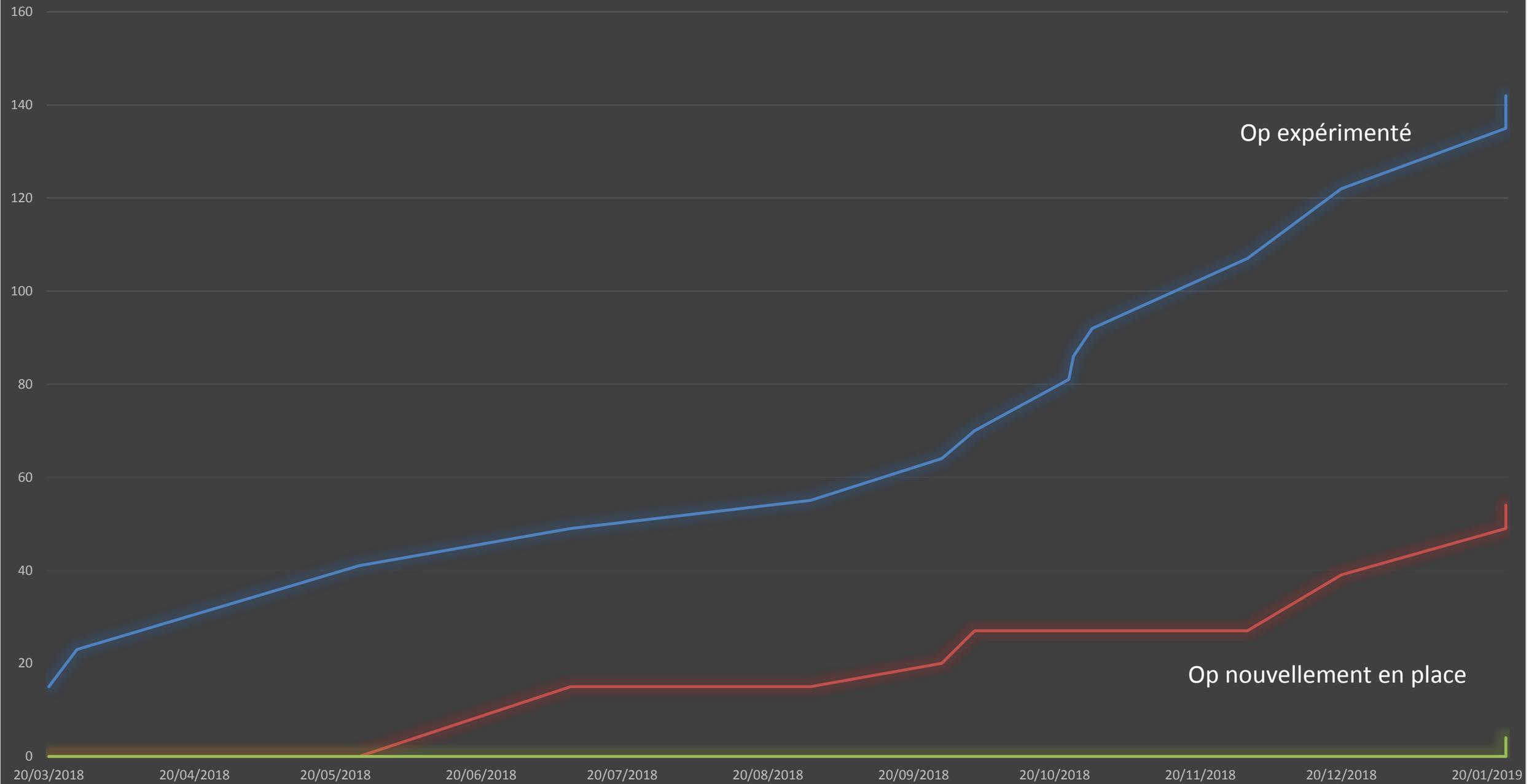
-V7V (4)

Important dès qu'on dépasse l'échelle de la commune

Combinée à une variabilité de profils



évolution des ventes sur les phases de mise en œuvre: Sainte Marie

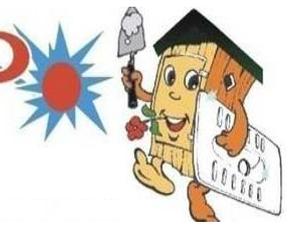


GRET

Professionnels du
développement
solidaire



Dioutontolo



Mettre en place et gérer un bloc sanitaire

Retour d'expériences

Plan de présentation

- Contexte
- Expertises du Diotontolo sur le bloc sanitaire
 - *Expertises sur les études*
 - *Expertises sur la mise en place de l'infrastructure*
 - *Expertises sur la mise en place de la gestion*
 - *Expertises sur la gestion*
- Etude de cas
 - *Appui à la maîtrise d'ouvrage communale*
 - *Gestion du bloc de Soanierana Ivongo*



Contexte

- Taux DAL élevé
- Taux d'équipement en toilette faible

Expérience sur la mise en place de bloc sanitaire via les projets du Gret

Diotontolo:
Contribution à l'amélioration
du taux d'accès à des toilettes
hygiéniques



Expertises sur les études

Les études de faisabilités:



ETUDE TECHNIQUE

- *Conception suivant les normes / spécifications techniques*
- *Adaptation du plan de l'ouvrage selon le contexte*

ETUDE DE MARCHE

- *Offre marketing*

ETUDE FINANCIERE

- *Etablissement du plan d'affaire*
- *Analyse de la rentabilité*



Expertises sur la mise en place de l'infrastructure

Sélection de l'entreprise

- ✓ *Appui à la rédaction du dossier d'appel d'offre*
- ✓ *Appui à la sélection de l'entreprise de travaux*
- ✓ *Appui à l'établissement du contrat de travaux*



Réalisation des travaux

- ✓ *Suivi et contrôle des travaux suivant les normes et le cahier de charge*



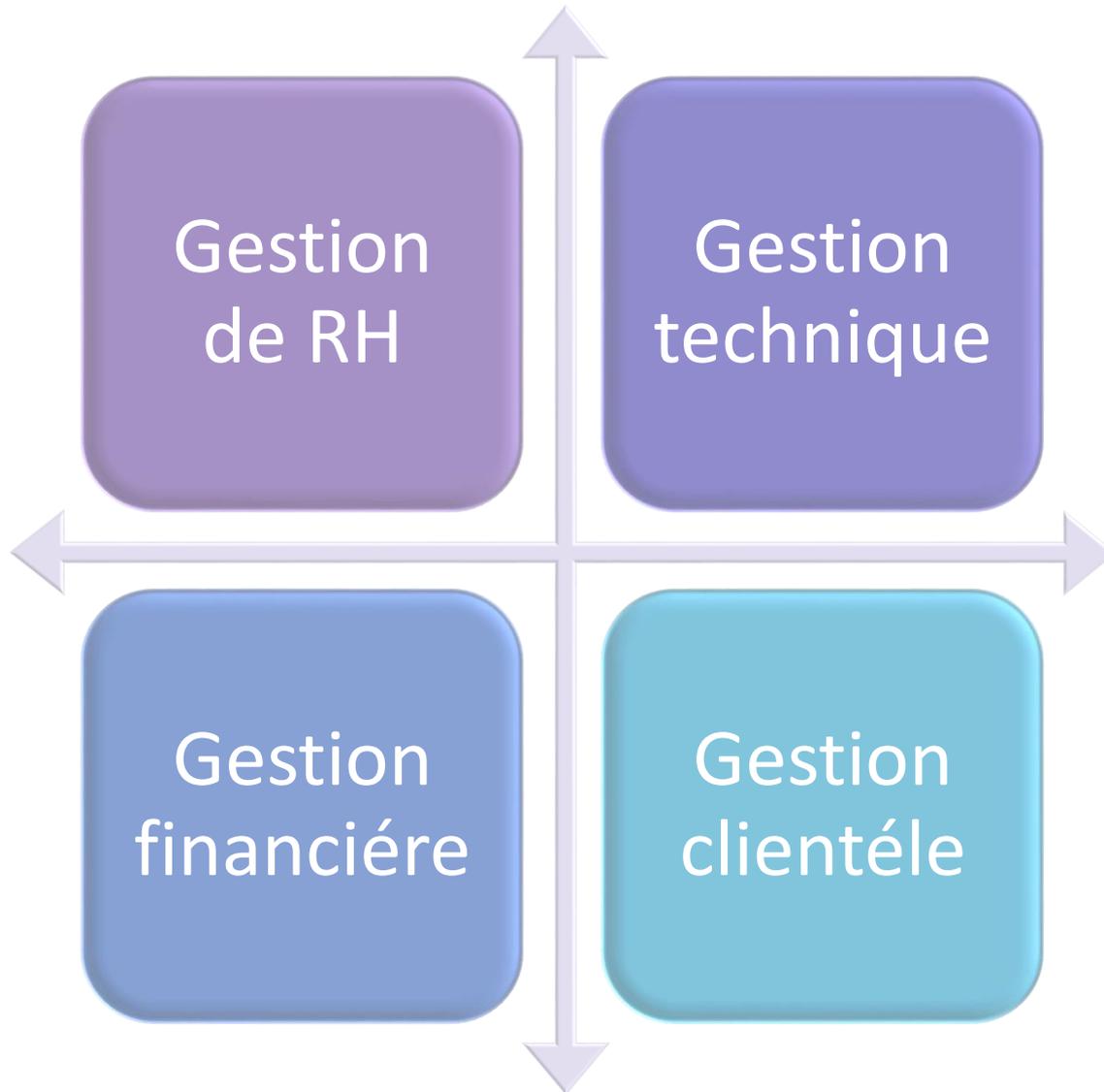
Expertises sur la mise en place de la gestion

Appui la commune sur la déléation de gestion :

- ✓ *Appui sur le recrutement du gestionnaire*
- ✓ *Formation sur la gestion*
- ✓ *Suivi – accompagnement*
- ✓ *Mise en place des outils de gestion*



Expertises sur la gestion

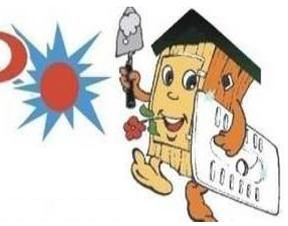


GRET

Professionnels du
développement
solidaire



Diotontolo



Etude de cas

Appui à la maîtrise d'ouvrage communale : cas de Behenjy

Etude et diagnostic => Validation de la commune

Appui sur la selection de l'entreprise

Suivi-contrôle des travaux

choix type de gestion => Contrat

Accompagnement



Appui à la maîtrise d'ouvrage communale

Situation initiale du bloc



Après projet



Gestion du bloc de Soanierana Ivongo

Historique

- ✓ Construction du bloc en 2017
- ✓ Pas de gestion => bloc fermé pendant 1 an
- ✓ La commune a consulté le Diotontolo pour sa gestion

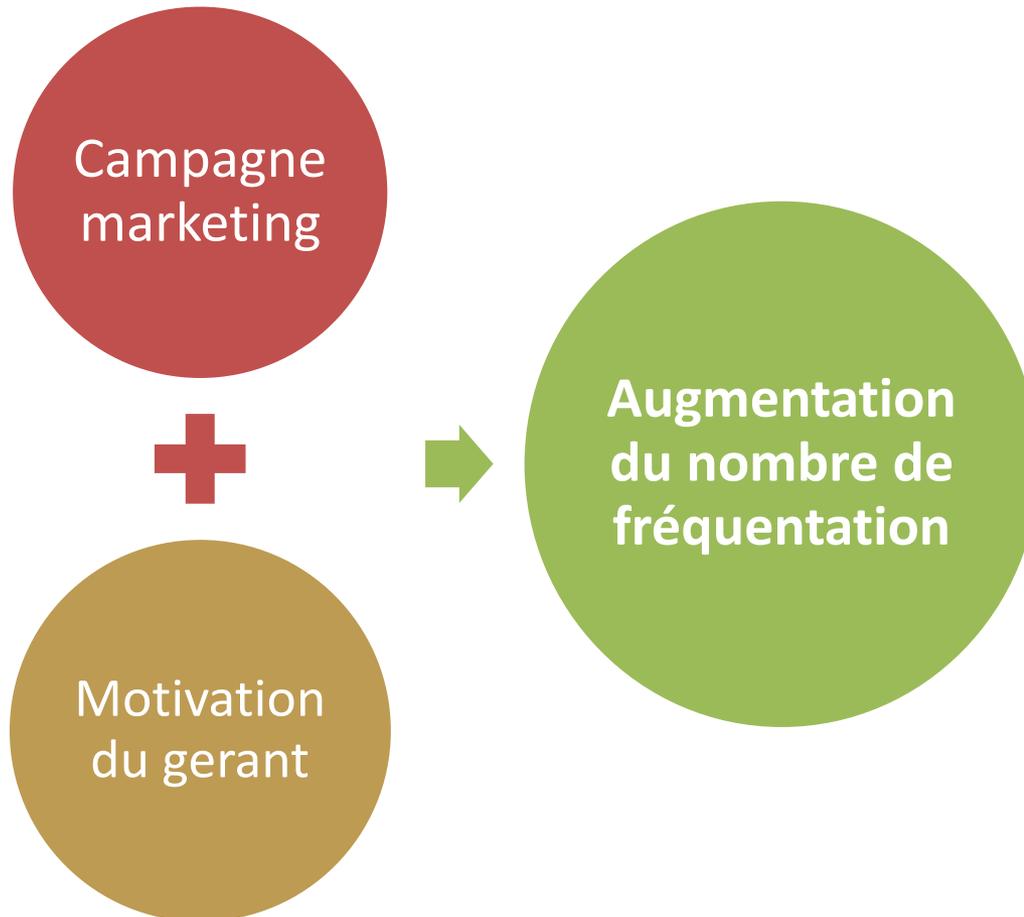
=> Négociation et signature du contrat pour 1 an de test



Gestion de bloc :

cas de Soanierana Ivongo

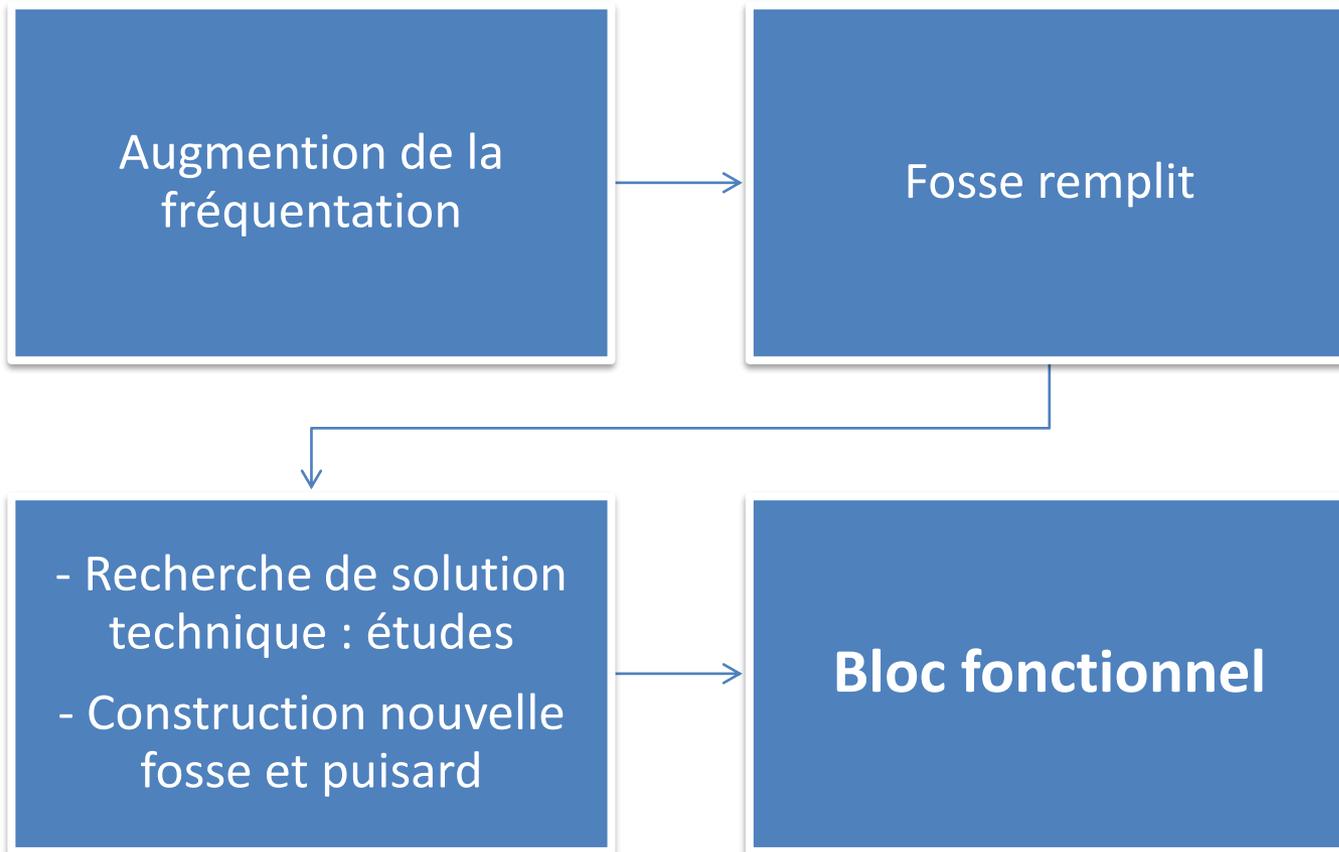
Marketing :



Gestion de bloc :

cas de Soanierana Ivongo

Resolution de problème technique:

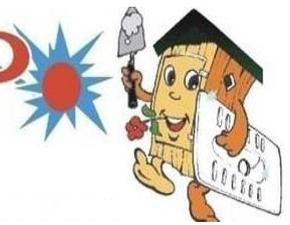


GRET

Professionnels du
développement
solidaire



Diotontolo



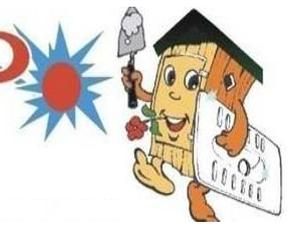
Merci de votre attention

GRET

Professionnels du
développement
solidaire



Dioutontolo



Evacuation et traitement des boues de vidange

Retour d'expériences

Plan de la présentation

→ Rappel sur l'évacuation et traitement des boues

→ Expertises du Diotontolo sur la thématique « évacuation et traitement »

→ Etudes de cas: Foulpointe

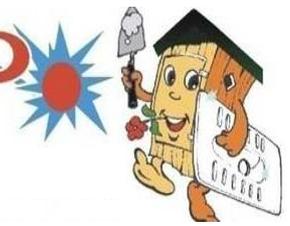


GRET

Professionnels du
développement
solidaire

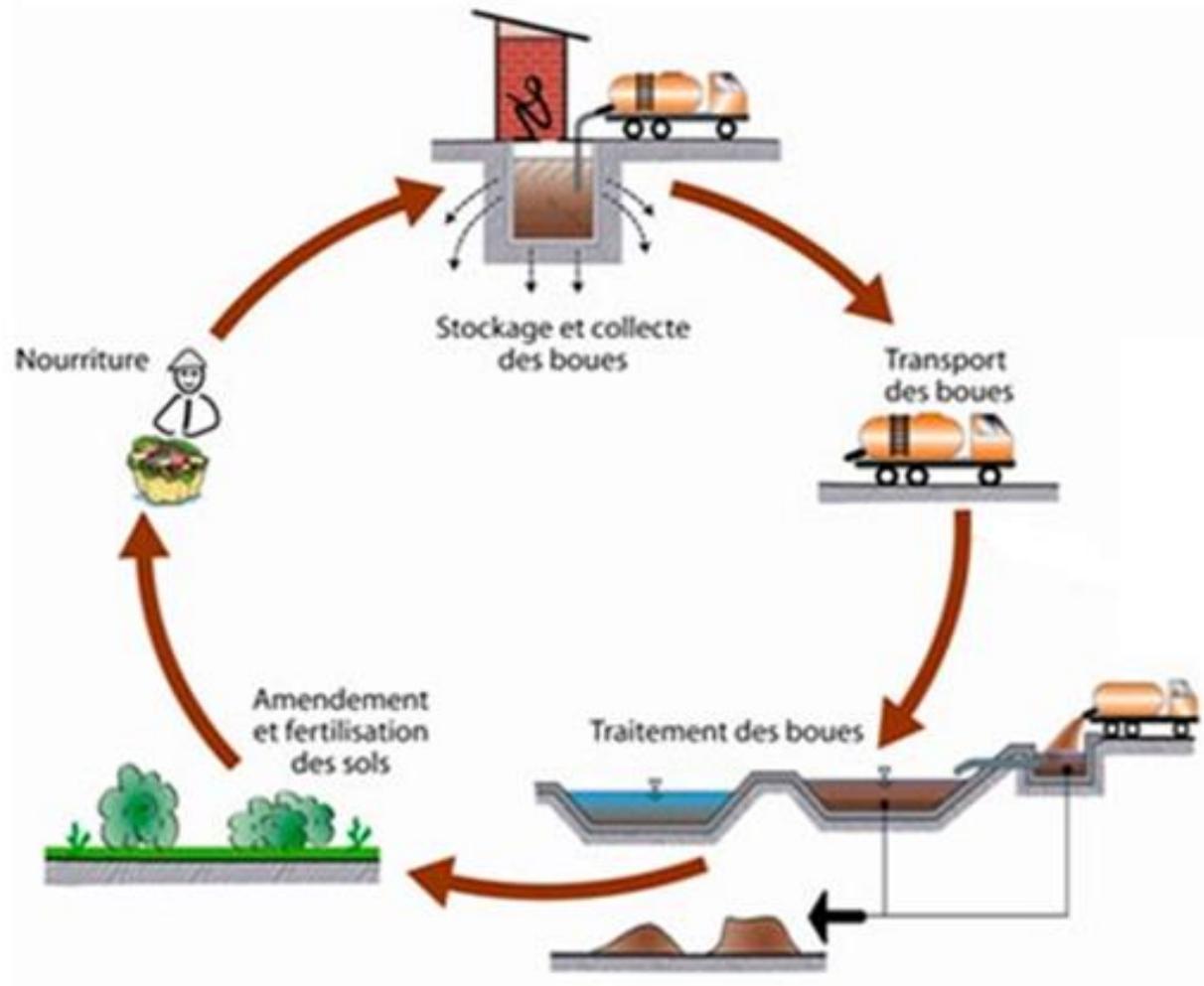


Dioutontolo



Rappel sur l'évacuation et le traitement des boues

Rappel



Source: Eawag



Définition

Vidange hygiénique et améliorée:

- les excréta ne sont pas en contact direct avec les vidangeurs
- existence de site de dépôt de boues et traitement

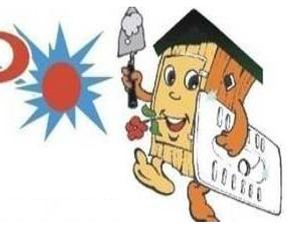


GRET

Professionnels du
développement
solidaire



Dioutontolo



Expertises sur l'évacuation et le traitement des boues

Expertise du Diotontolo sur la thématique « évacuation et traitement »



Etudes sur la
mise en place
du service

Mise en place
du dispositif

Système de
pérennisation
du service



Etudes sur la mise en place

Etudes socio-économique

- Connaître les conditions socio-économiques des cibles, leurs habitats et leurs habitudes en matière d'assainissement

Etudes de marché

- Connaître les besoins du client
- Volonté et capacité à payer des ménages
- Son comportement

Etudes techniques

- Etude de faisabilité technique
- Technologie de traitement adaptée au contexte

Etudes d'impact environnemental

- jusqu'à l'obtention de permis environnemental



Mise en place du service

Sélection des vidangeurs et formation

- *Professionnalisation* des vidangeurs informels
- Plusieurs modules de *formation* proposés



Mise en place de l'infrastructure

- *Formation* d'entreprises
- *Suivi techniques* de la construction des infrastructures



Sélection du gérant et formation

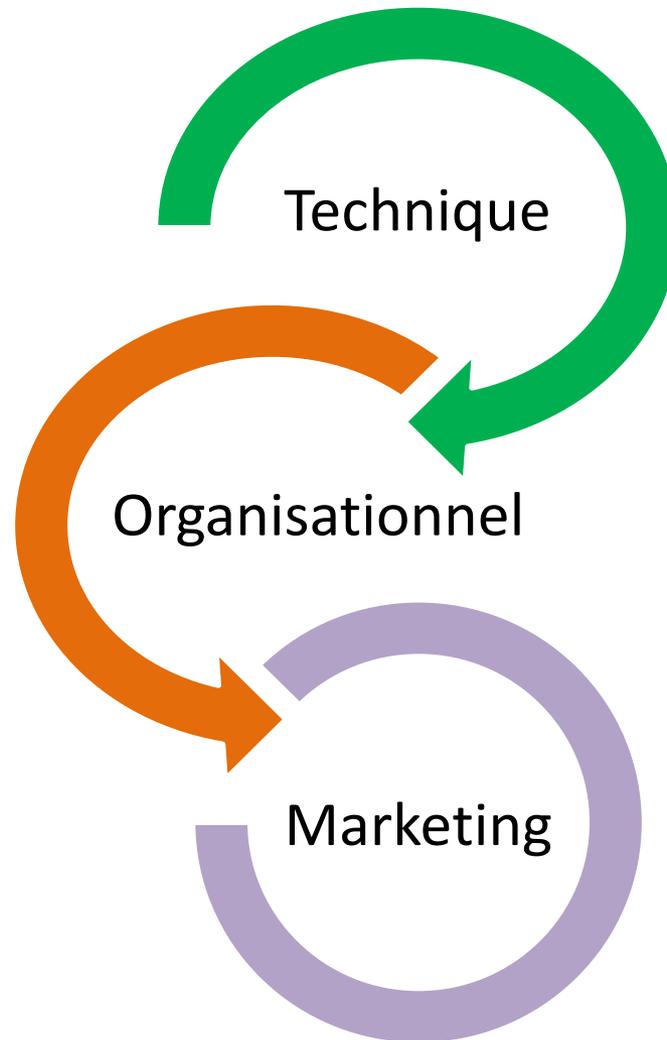
- *Professionnalisation* du gérant de station
- Des modules de *formation* et outils de gestion proposés

IEC/Marketing

- Études du comportement des cibles visant au *changement de comportement* et donc à la bonne pratique
- *Définition d'une offre*



Systeme de pérennisation du service

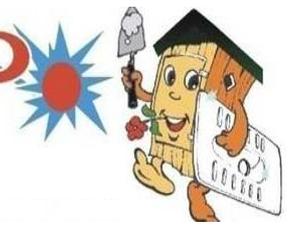


GRET

Professionnels du
développement
solidaire

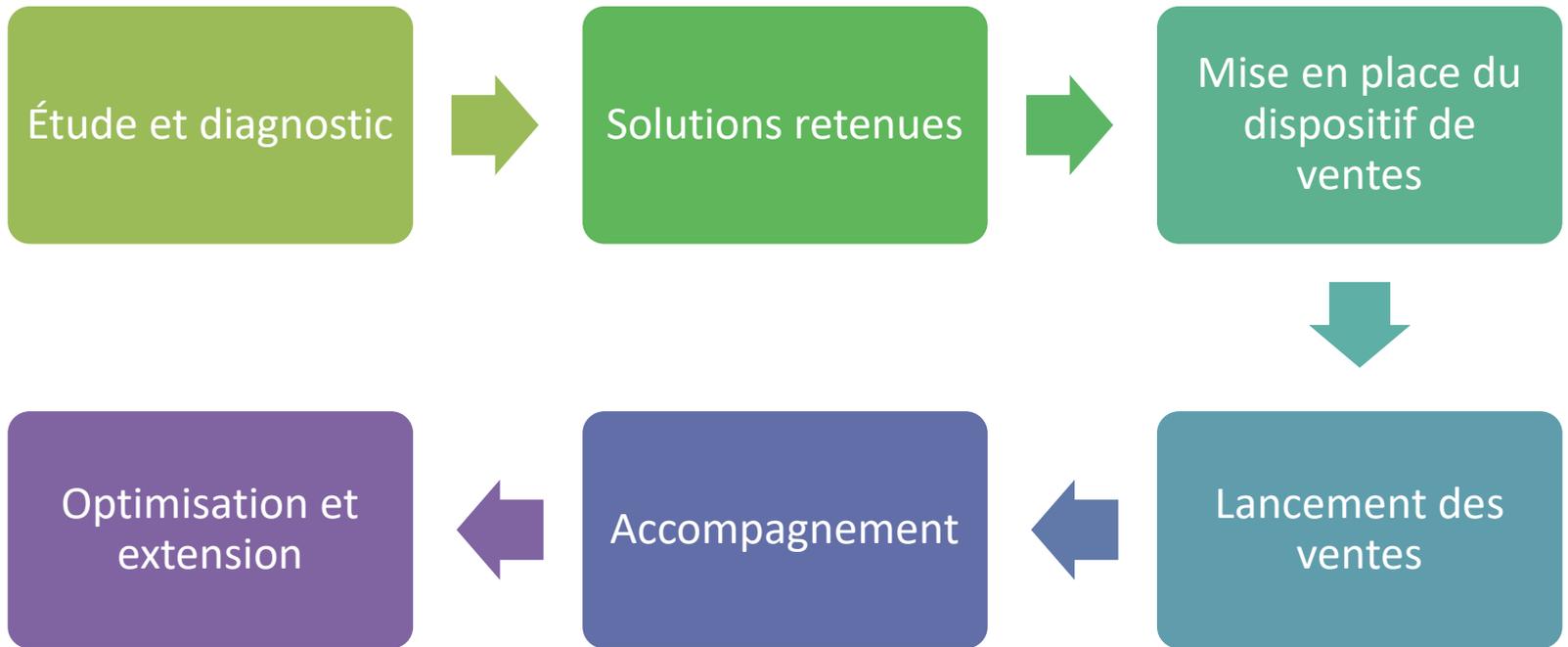


Dioutontolo



Gestion de la filière assainissement liquide en entier: cas de Foulpointe

Gestion de la filière assainissement liquide en entier: cas de Foulpointe



Etude et diagnostic

Volume de boues à traiter annuellement	Caractérisation des boues	Typologie de terrain
386 m ³	Siccité: 26% Taux MS: 172 g/L	Terrain sablonneux
		Niveau de la nappe: 20cm



Temps de remplissage des fosses	
<6 mois	8%
1 an	8%
Plus d'un an	25%
Plus de 2 ans	58%

Jugement par rapport au prix	Moyenne prix énoncé
Elevé	120 000 Ar
Abordable	60 000 Ar
Peu cher	40 000 Ar



Solutions retenues

Technologie de traitement: par biodigestion de 20 m³ de capacité

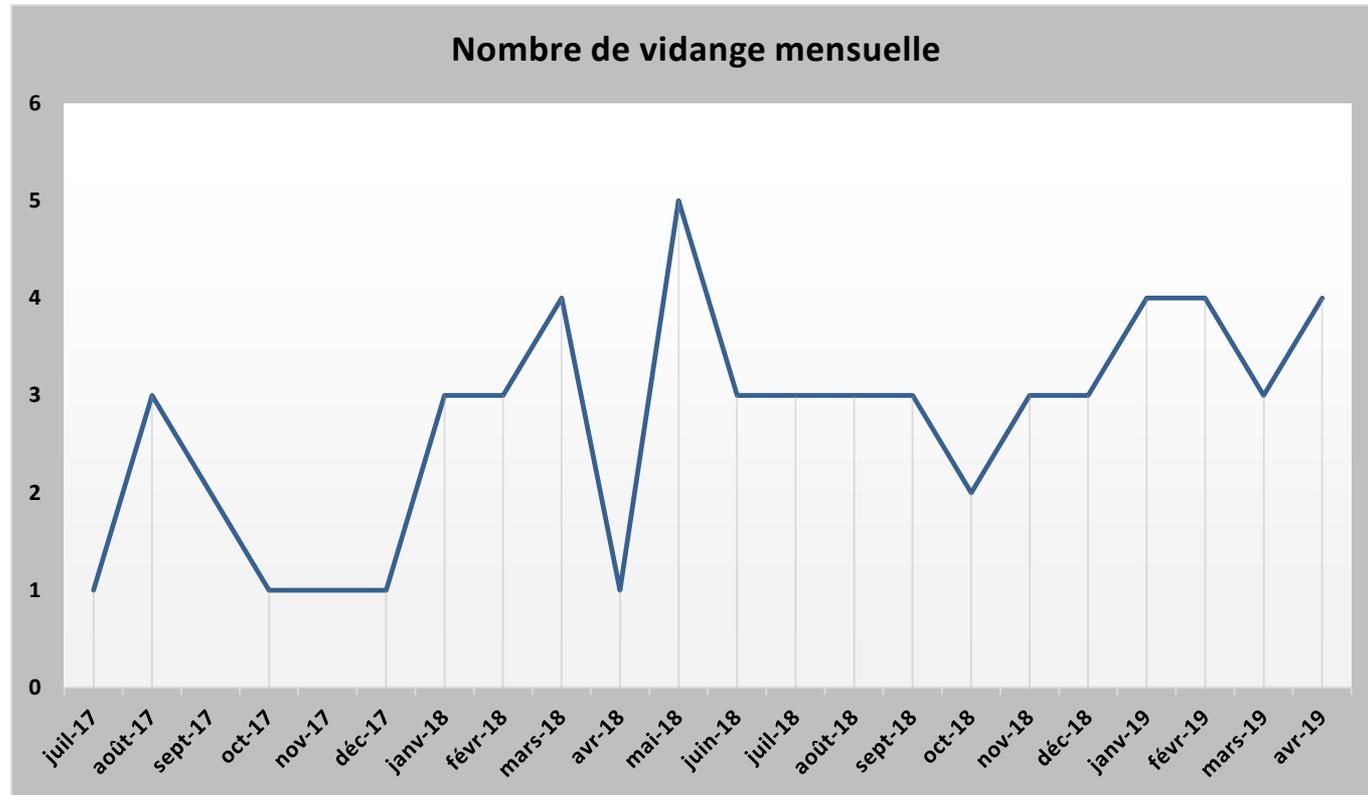
Pompage des boues par pompe manuel Gulper et godet

Vidange de toilettes à 72 000Ar les 720 L selon le plan d'affaire

720 L le contenu d'un kubota pour le transport des boues



Résultats de l'exploitation



Activités en cours à Foulpointe



Définition d'une offre de vidange de tinettes groupées

Définition d'une offre adaptée pour les « gros consommateurs » tels que les hôtels



Idées d'améliorations du service à tester



Subventionner la vidange pour les plus pauvres

Dupliquer le modèle opérateur gérant toute la filière assainissement liquide



Activités de valorisation

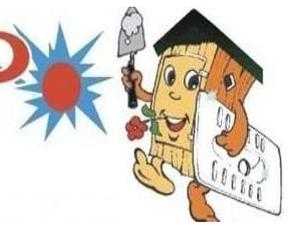


GRET

Professionnels du
développement
solidaire



Diotontolo



Merci de votre attention

Fabbie Razafindrabe
Responsable de la gestion des boues de vidanges
razafindrabe.mg@gret.org

FICHE DE PRESENCE

N°	Nom et Prénoms	FONCTION	ORGANISME
1	RANDRIAMBOAVONJY Mamy	RESPONSABLE GOUVERNANCE	PROJET PIC
2	RAJAOFERA Edmond	Opérateur Diotontolo	Diotontolo
3	RASOARIMISA Bakoliarisoa	Responsable Gestion et traitement BV	SAMVA
4	Dolly RATSIMBA	Consultant	PRACTICA
5	RAKOTOARISON Yves Etienne	RDD	ACF
6	Mihobisoa RAKOTOMAHANDRY	Wash Office	UNICEF
7	RAVELOSON Rija	Responsable RAC	EDEN
8	BOUTELOUP Perrine	Chargée d'appui	Ran'EAU
9	RANAIVOSON Ntsoa	Diotontolo	Diotontolo
10	ANDRIAMIHAJA Mamisoa	Responsable programme	GRET
11	Djeff Maminiaina Serge	Diotontolo	Diotontolo
12	RANDRATSIMIHORY Antonio	Responsable Valorisation déchet	GRET
13	RAZAFINDRAOELINA A.Rija H	Diotontolo	GRET
14	RANDRIANANTOANDRO Honoré	Responsable Eau	GRET
15	RAKOTONIAINA Mathieu	Eau Potable(Technicien)	GRET
16	ANDRIANARISON Lionel	Diotontolo	GRET
17	RASOARILALAO Anny	Diotontolo	GRET
18	RAVOLOLOMIHANTA Valiscat	Opérateur Diotontolo	Diotontolo
19	RALALAMORIA Léa	Diotontolo	Diotontolo
20	RAZAFINDRABE Fabbie	Responsable GBV Diotontolo	Diotontolo
21	RAJAOMIAFARA Joelson	Diotontolo	GRET
22	SIMON François	Responsable	Grand Lyon