



# *L'approche « sanimarché » à Madagascar : Diotontolo*

*Réunion annuelle du réseau Ran'Eau – Marion Santi –  
13/12/17*

ONG internationale de développement de droit français qui agit depuis 1976 pour lutter contre la pauvreté et les inégalités

771 professionnels qui interviennent sur une palette de 7 thématiques afin d'apporter des réponses durables et innovantes pour le développement solidaire

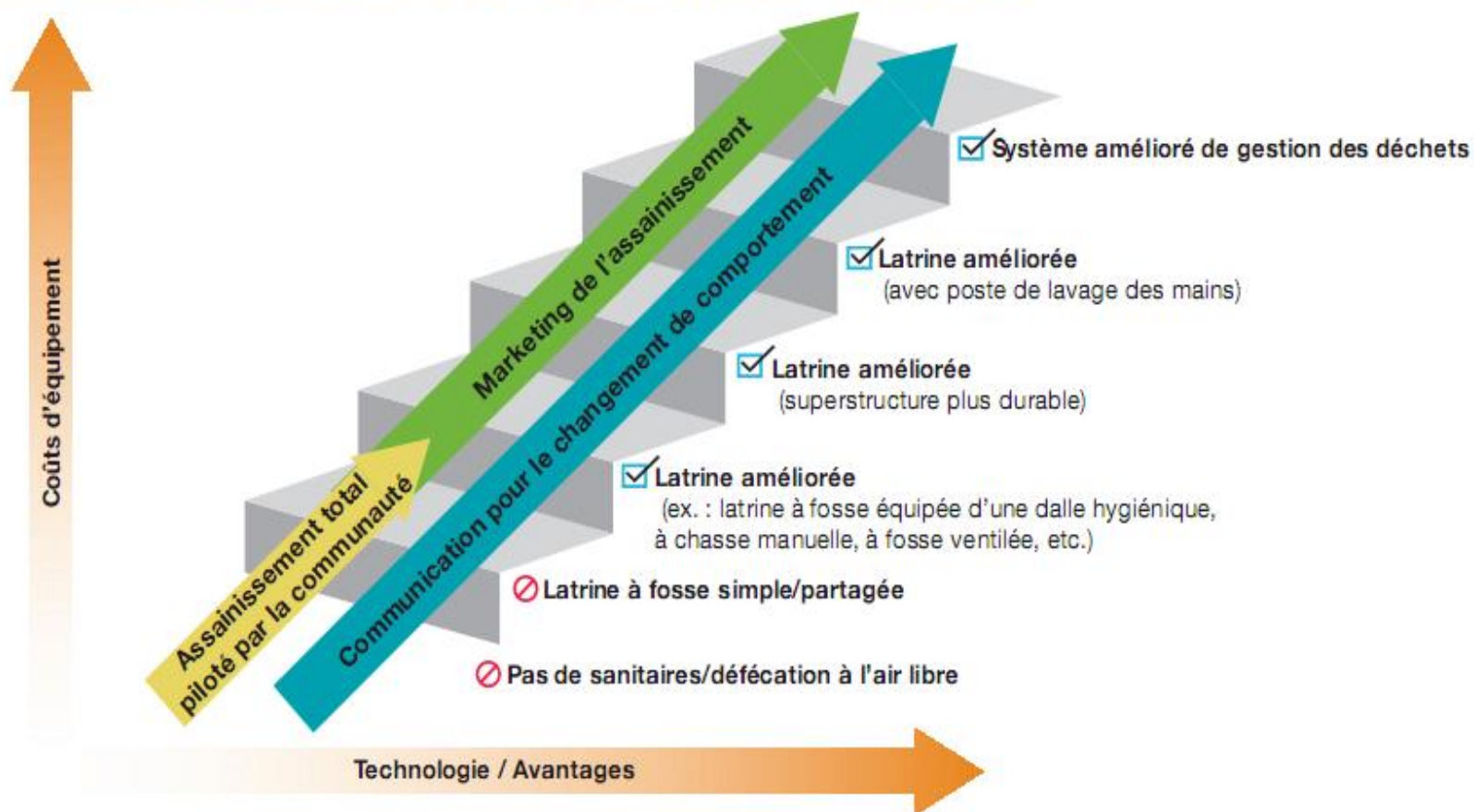
150 projets par an menés dans 28 pays et des représentations dans 14 pays

Budget 2014 : 28,2 millions d'euros

- ➔ **Marketing : Moyens d'action** qu'utilisent les organisations à but commercial pour **influencer** en leur faveur le comportement d'achat des clients dont elles dépendent
- ➔ 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.

# Le marketing social en assainissement

**FIGURE 1 : MODIFIER LES COMPORTEMENTS, AUGMENTER LA DEMANDE ET L'OFFRE**



## Accès à des sanitaires

- ☒ Satisfait les critères des "sanitaires améliorés" du JMP
- ☐ Ne satisfait pas les critères des "sanitaires améliorés" du JMP

## Vidéo de présentation

# Organisation des sanimarchés

**Projets de  
coopération**

Subvention des projets

**Franchiseur**

**Gret**

contrat de franchise +  
contrat sur la subvention

Droit de franchise

**Les Franchisés opérateurs**



Ménages cibles projets =>  
Toilettes H moins chères

- Animation de réseau: la marque, le savoir faire
- Contrôle la qualité: TH
- Garantie l'approche sociale : prix réduit pour les ménages pauvres => accessibilité
- Garantie l'appropriation des cibles
- IEC + participation financière des bénéficiaires
- Renforcement et accompagnement les opérateurs

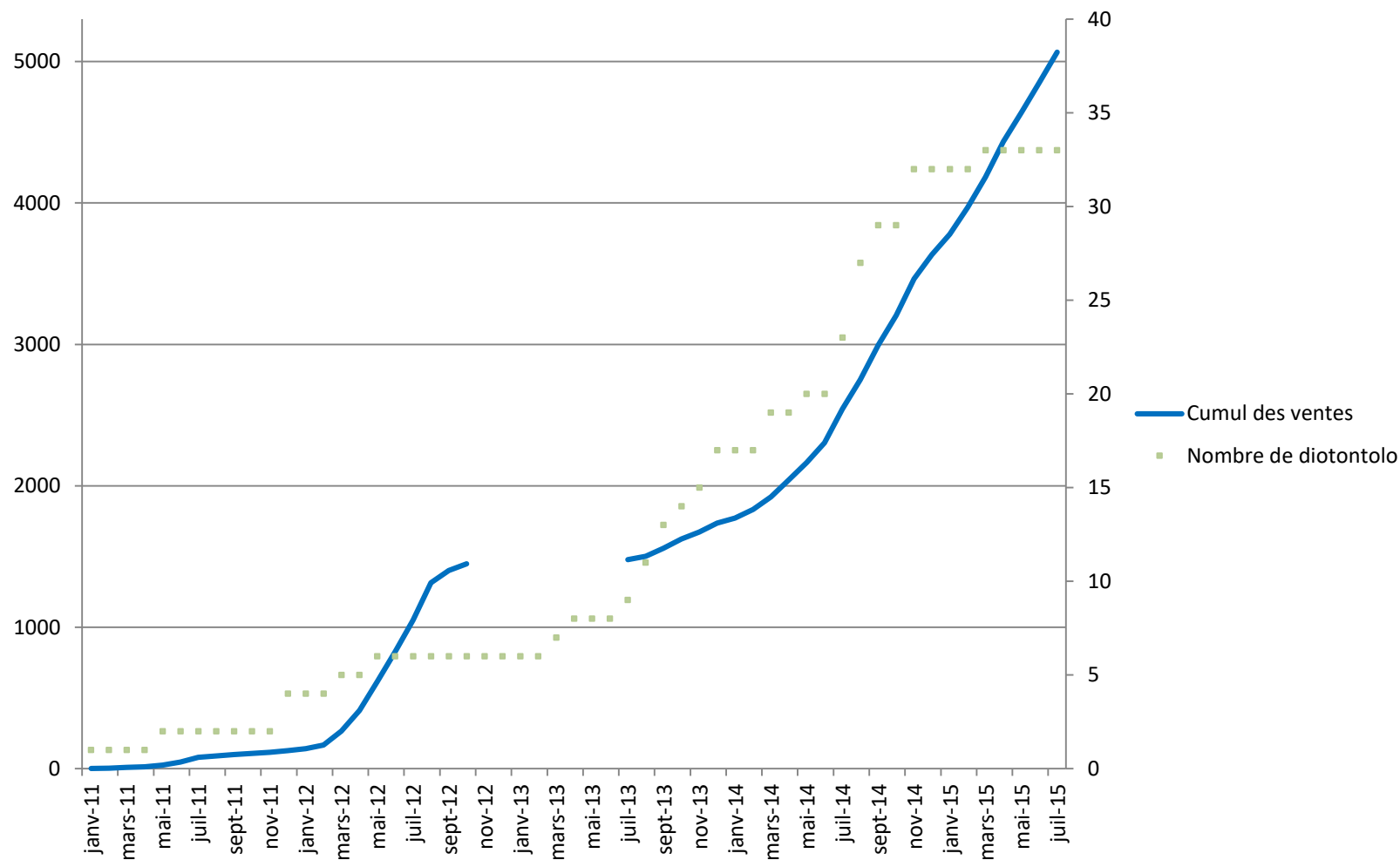




# *Les résultats de l'approche*

# Construire des toilettes hygiéniques

8 000 toilettes hygiéniques vendues à Madagascar en juillet 2017

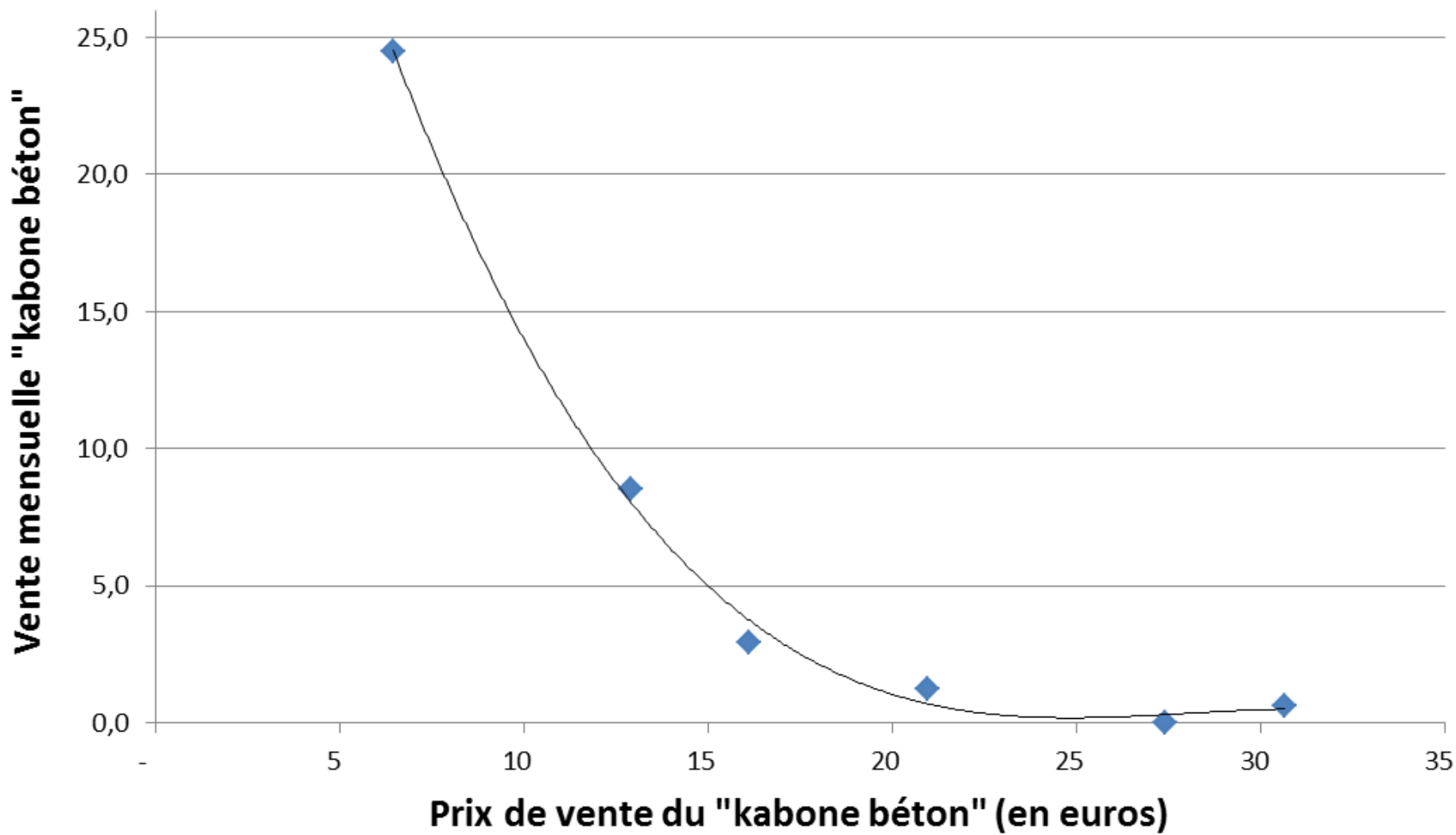




# Favoriser l'appropriation par les ménages



# Une subvention nécessaire pour lutter contre les inégalités...



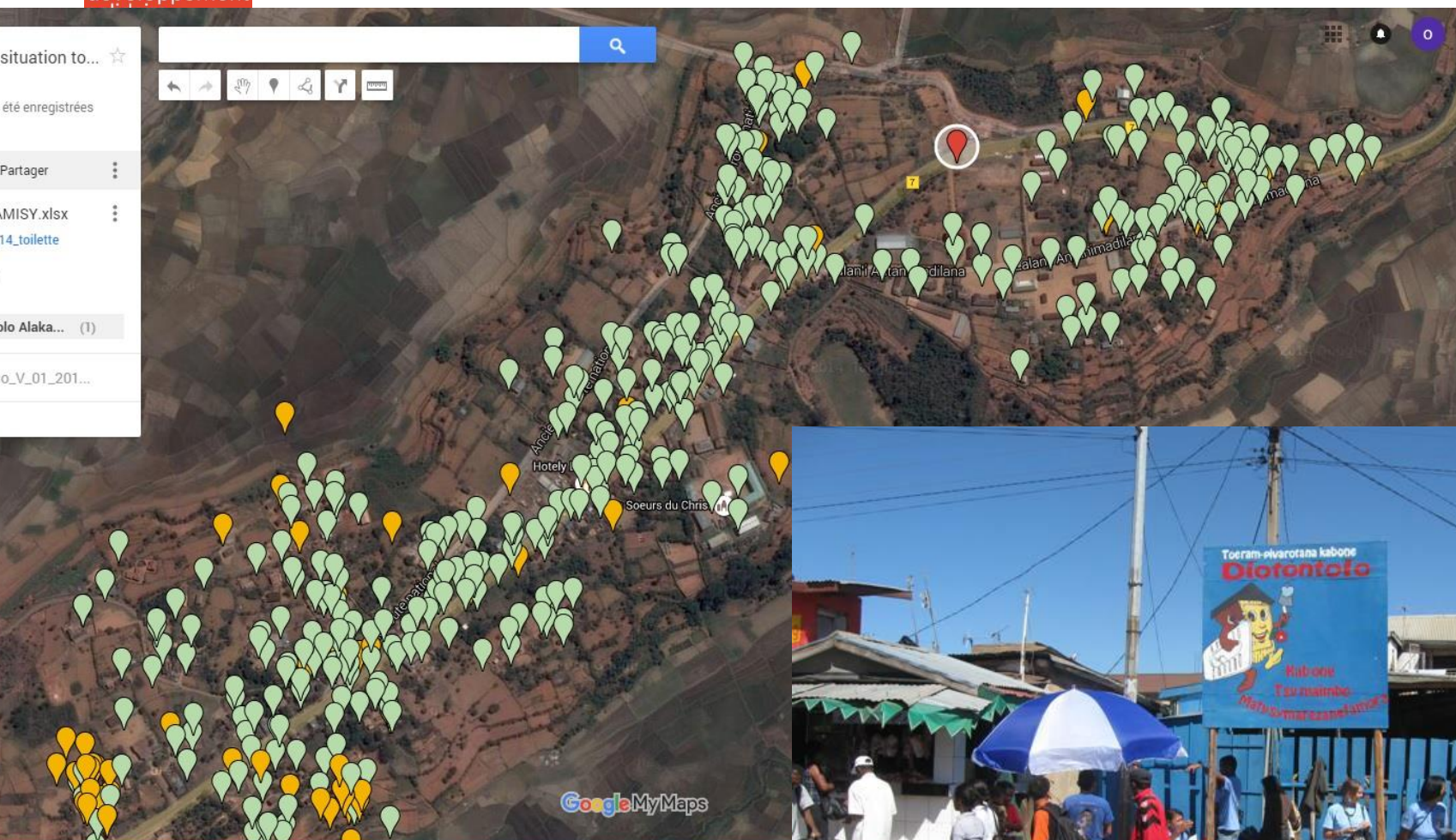
... mais une démultiplication de l'efficacité des subventions



**GRET**

Professionnels du  
développement

# Renforcer l'offre marchande locale : le « *social business* » ancré dans un territoire





**GRET**

Professionnels du  
développement  
solidaire



***Merci de votre  
attention***

[santi@gret.org](mailto:santi@gret.org)