

GRET

Professionnels du
développement
solidaire



Le marketing de l'assainissement en pratique !

Paris – 16/06/2015

S'engager, agir et innover pour un monde plus juste

Le marketing de l'assainissement

2

1. Le Gret et les projets d'eau et d'assainissement
2. Le marketing, c'est quoi?
3. Le marketing de l'assainissement : qu'est-ce qu'un sanimarché?
4. Les liens entre ATPC et marketing de l'assainissement
5. Enseignements et recommandations



Gret, Professionnels du développement solidaire

3

Une ONG française de développement

- Qui lutte contre la pauvreté et les inégalités
- Qui apporte des solutions durables et innovantes dans le domaine du développement
- Qui fait évoluer les politiques et pratiques du développement.

Créée en **1976** - **700** professionnels

30 pays d'intervention

150 projets par an

30 publications par an

Budget de **23 millions d'euros**



Eau potable, assainissement, déchets

4

Vision et approche:

- Accès équitable et durable à des services pour tous
- Politiques inclusives et adaptées aux enjeux locaux
- Approche par les services

58 intervenants sur EPAD

9 pays d'intervention: Burkina Faso, Sénégal, Mauritanie, Haïti, RDC, Congo, Madagascar, Laos, Cambodge

30+ actions en cours: projets, expertises, formations, capitalisations



2- Le marketing, c'est quoi ?

« To market » = mettre sur le marché
Commercialiser



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



→ Approche qui s'intègre dans un **contexte concurrentiel**

→ **Etat d'esprit** : c'est identifier chez les clients ce qui leur fera acheter le produit ou le service

= **Générer une envie/ impulser un achat**

La stratégie marketing

6



1. FAIRE L'ANALYSE DIAGNOSTIQUE

→ *Etudes*

2. DEFINIR LE POSITIONNEMENT

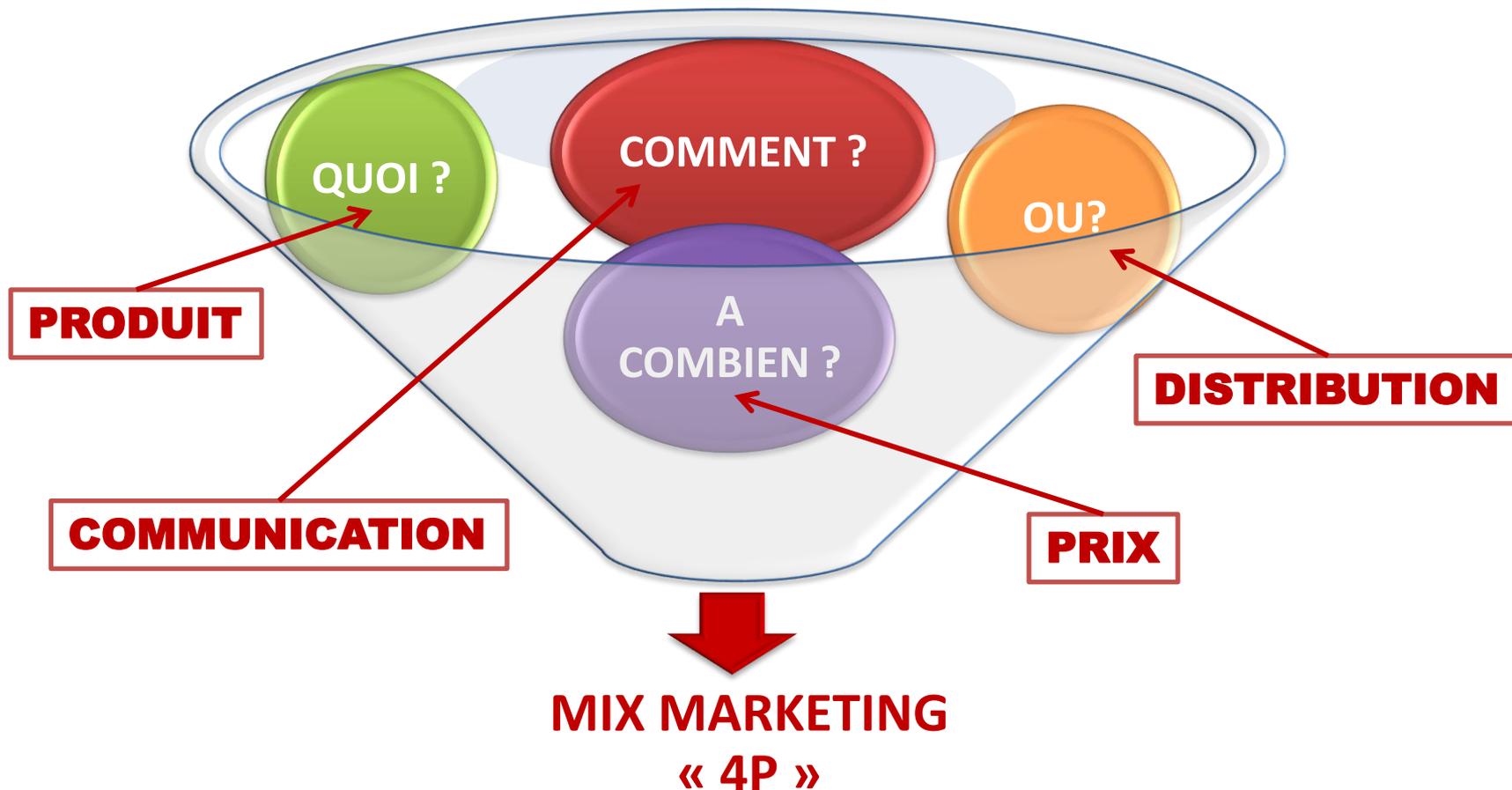
→ *Levier d'action fondamentale*

3. ELABORER LE MIX MARKETING

→ *Moyens d'action*

Le Mix Marketing ou « 4P »

→ Faire connaître le produit et le vendre à un bon prix, au bon endroit



3- Le marketing de l'assainissement

8

Qu'est ce qu'un Sanimarché?

- Un lieu de fabrication de latrines et d'accessoires d'hygiène à faibles coûts
- Un espace qui donne envie aux gens de s'équiper en latrines
- Une activité gérée par un privé qui investit, commercialise, transporte et installe des latrines pour tirer un profit de son investissement



Du Cambodge au Burkina

9



GRET



Sanya Kagni



Pacepac





10

Positionnement

Des positionnements différents pour des contextes variés

11



Les *Diotontolo* vendent des latrines sans odeur, solides et durables, pas chères



Les *Soutoura* vendent des latrines solides, qui résistent à l'hivernage et ne sont pas chères



Acheter une latrine *Yilmde* est une fierté pour le chef de famille, parce qu'il assure la santé et la sécurité de sa famille de manière durable





Produits et gammes des sanimarchés

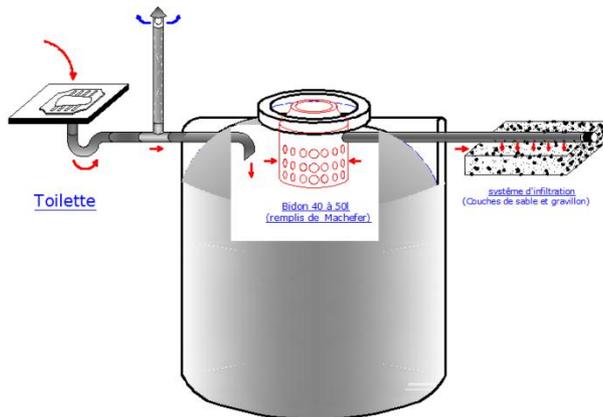
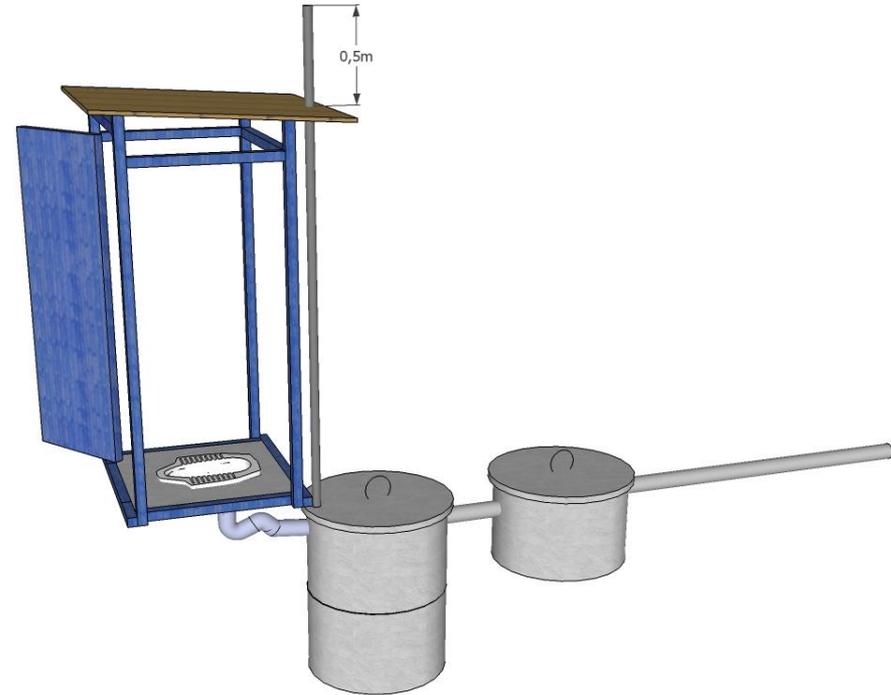
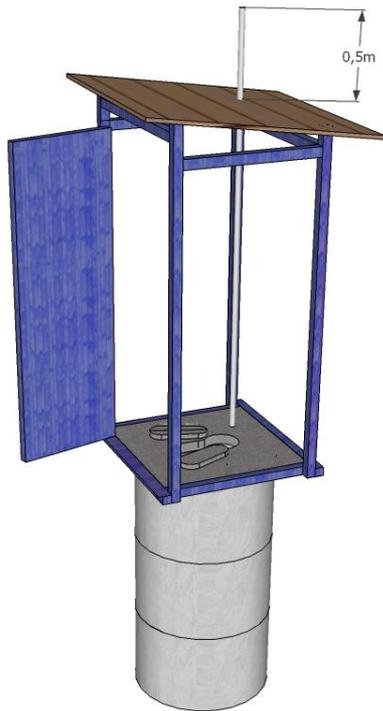
Une offre diversifié adaptée à la demande

La gamme du Diotontolo

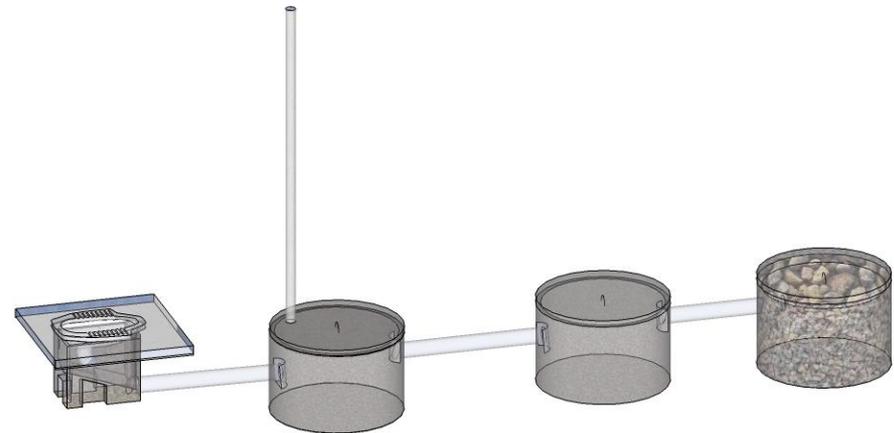
13



GRET

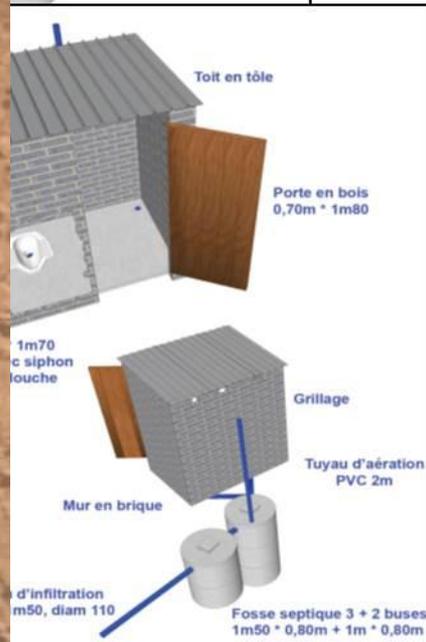
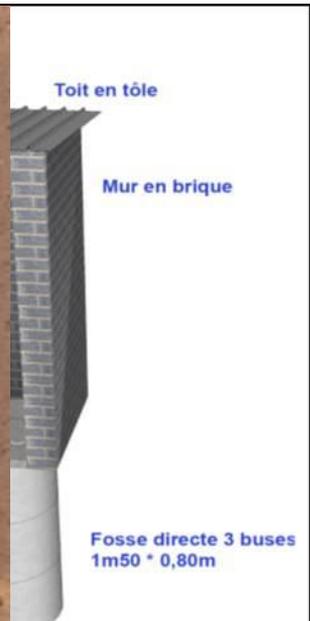


Fosse ferrociment



Et celle des Soutoura

14



Mur e

Porte e
0,70m *

Latrine Yilemdé : un produit, des options





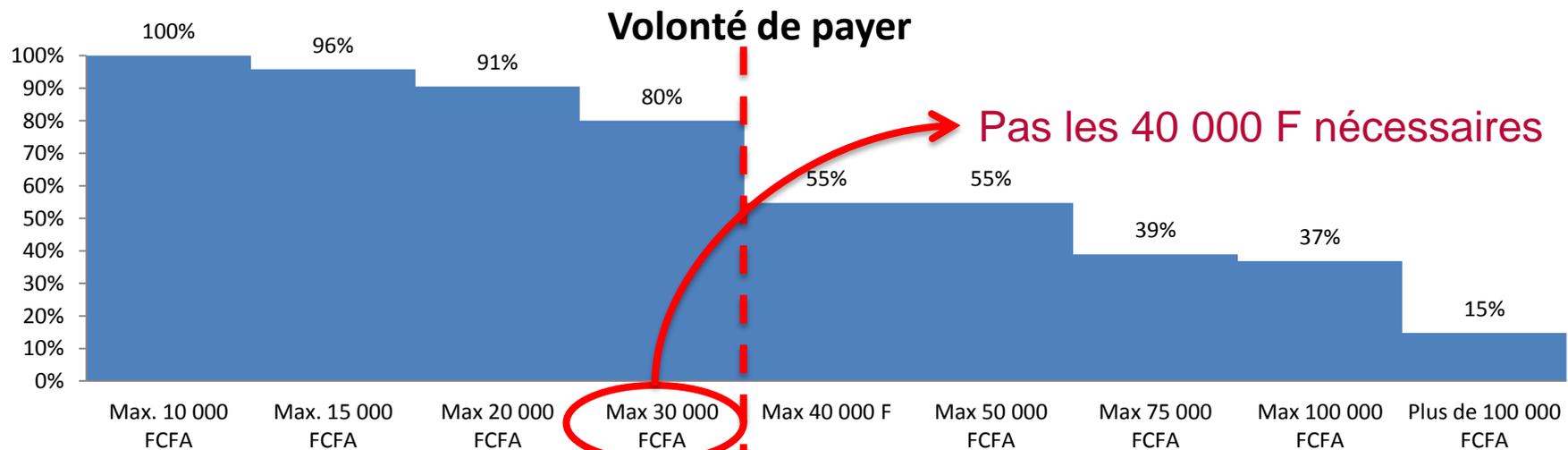
Le juste prix d'une latrine

Toujours trop cher !

Une subvention nécessaire dans le contexte africain

| Modèles de latrines « Soutoura » | Prix proposés par le Sanimarché | Volonté à payer |
|----------------------------------|---------------------------------|-----------------|
| 1. Modèle toilette sèche | 65.000 | 40.000 |
| 2. Modèle fosse simple | 75.000 | 50.000 |
| 3. Modèle fosse septique | 80.000 | 60.000 |
| 4. Modèle latrine-douche | 160.000 | 80.000 |

≠



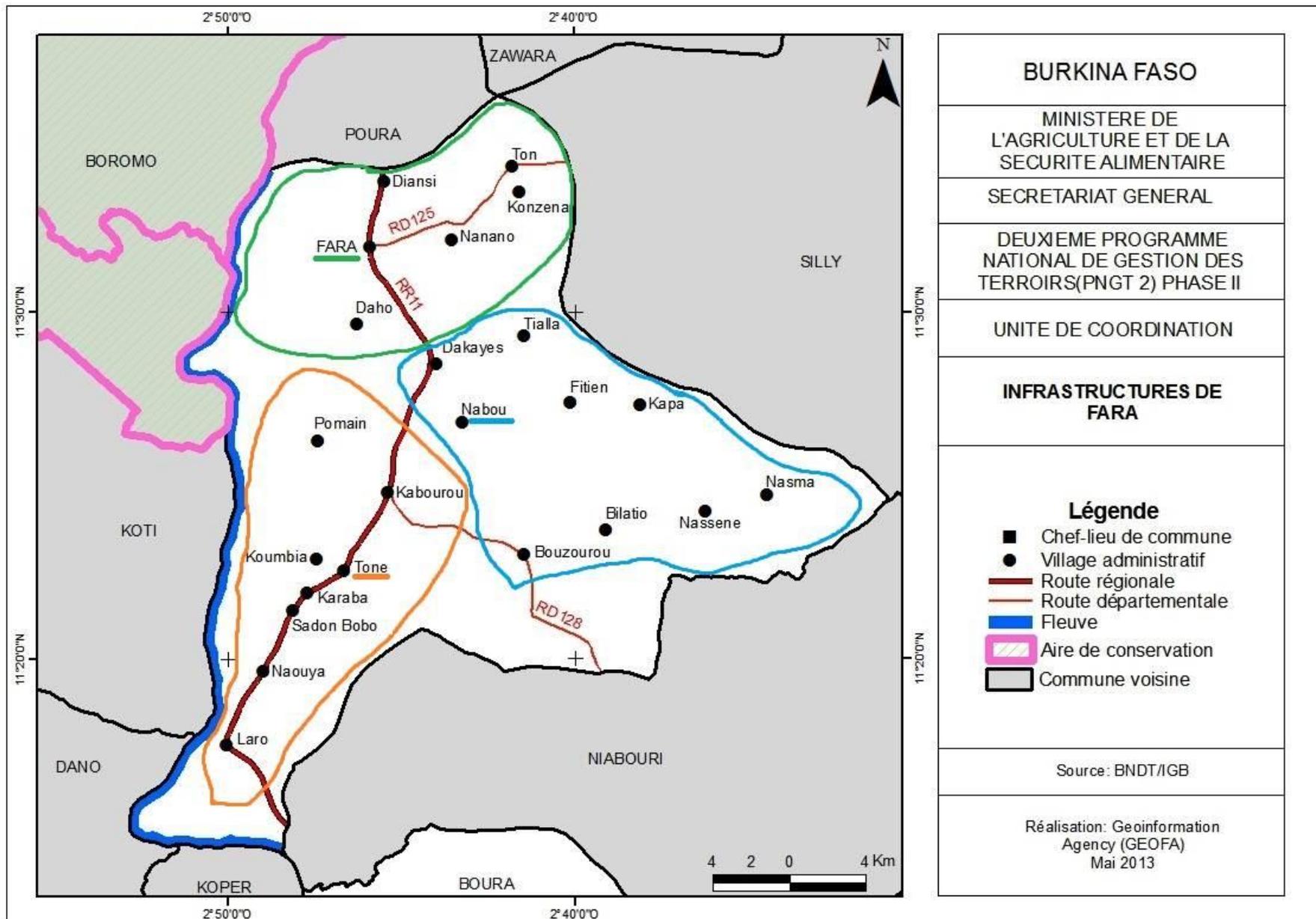


L'organisation de la distribution

La boutique, point central

Zone de chalandise

19



Sanimarché et saniboutique

20



©enhaut.org



Communiquer sur les bons messages

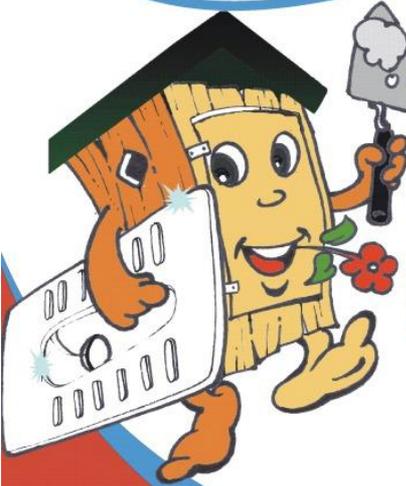


Porte à porte, radio, TV,... pour les *Diotontolo*



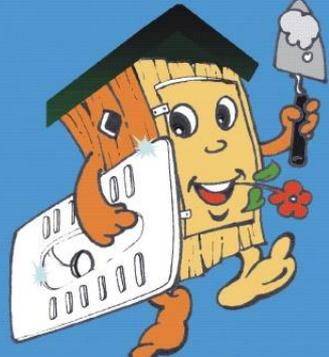
Misokatra
Manomboka ny
Eo amin'ny
Mpanentana:

Diotontolo



*Mivarotra
Lavapiringa
tsy maimbo,
mafy sy mateza
nefa mora*

Toeram-pivarotana
Diotontolo



Lavapiringa
tsy maimbo,
Mafy sy mateza nefa mora

Mission durable
Méddea
Ministère de l'Environnement



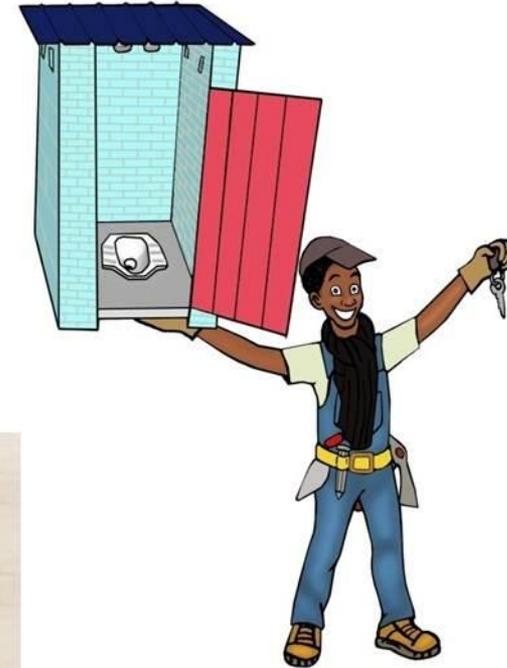
Soutoura, pas par hasard

Le nom commercial et la mascotte

23

Le terme « Soutoura » est utilisé dans les trois principales langues locales et fait référence à une latrine.

Les messages : solidité et bas coût des latrines



Yilemd-raaga

24



Latrine de qualité, hygiénique, innovante et à faible coût



*Je suis fier
d'offrir ma latrine hygiénique Yilemdé
à ma famille pour sa sécurité et sa santé !*



Lieu de production et de vente de latrine hygiénique

** Fiert d'offrir la latrine Yilemdé à ma famille **

Ramongo

OUEDRAOGO Adama Tél. : 25 00 00 00



GRET

Professionnels du
développement
solidaire



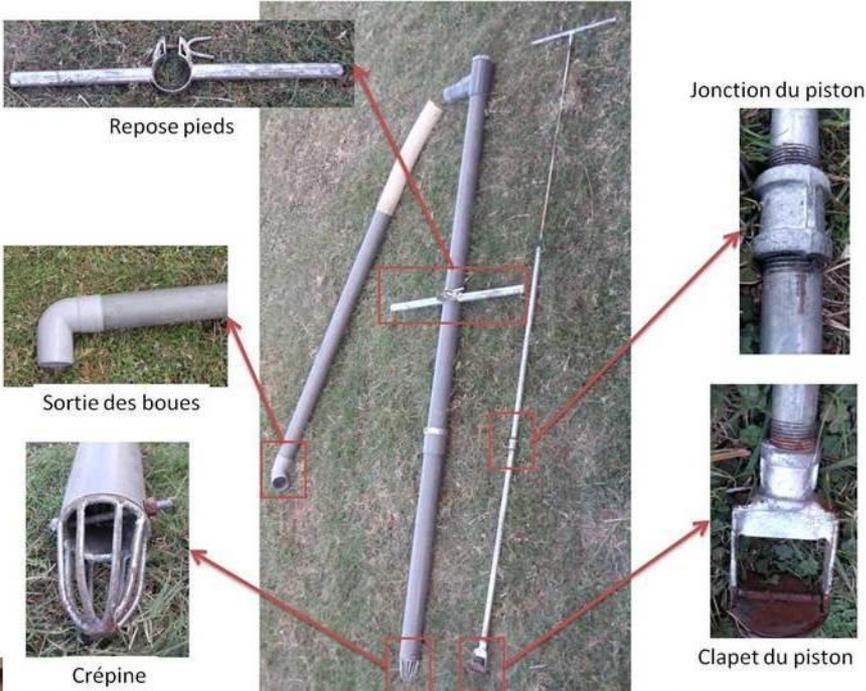
Mais aussi la vidange !

Du marketing pour tous les services d'assainissement

S'engager, agir et innover pour un monde plus juste

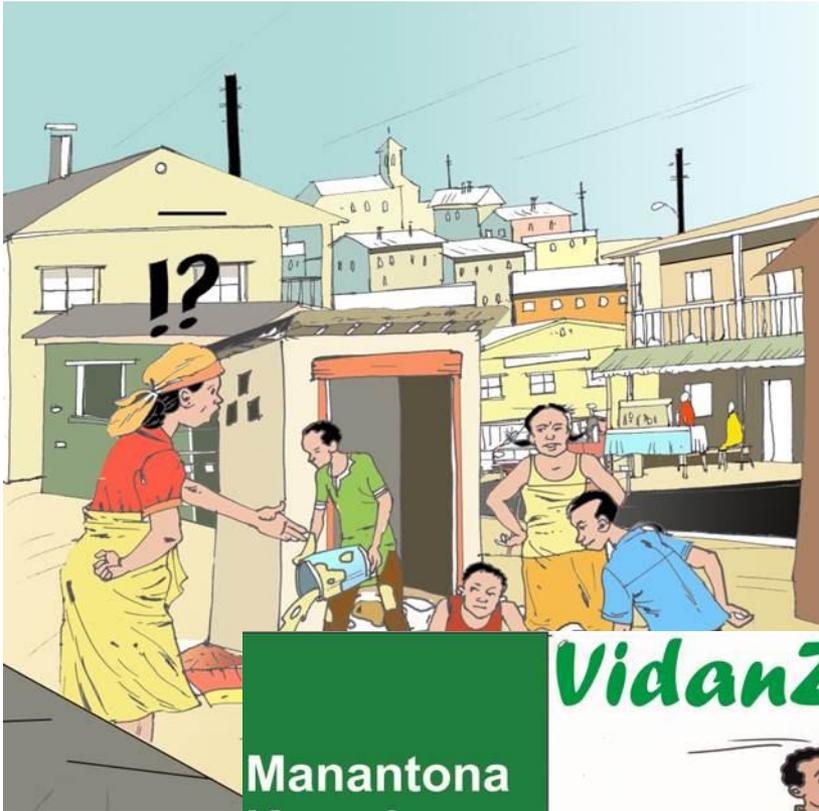
Le marketing pour un service

26



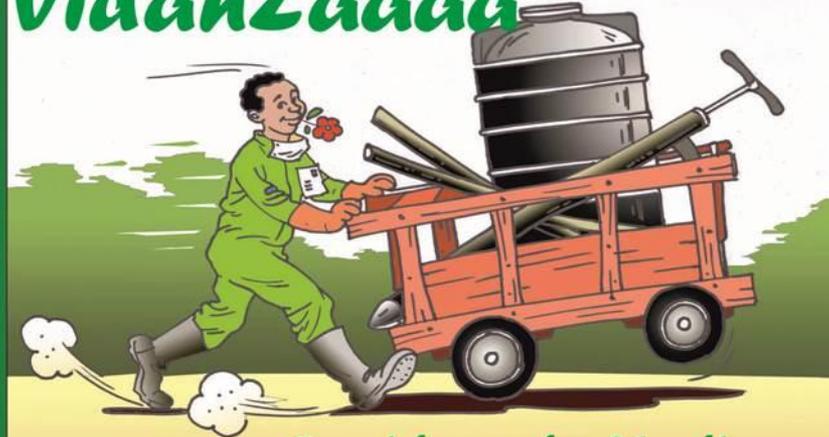
Une vidange attractive

27



VidanZaaa

**Manantona
Kaomina
Ambohibary**



**Rapida sady Madio
Tsisy fofona nefa Mora**

4- ATPC et marketing de l'assainissement

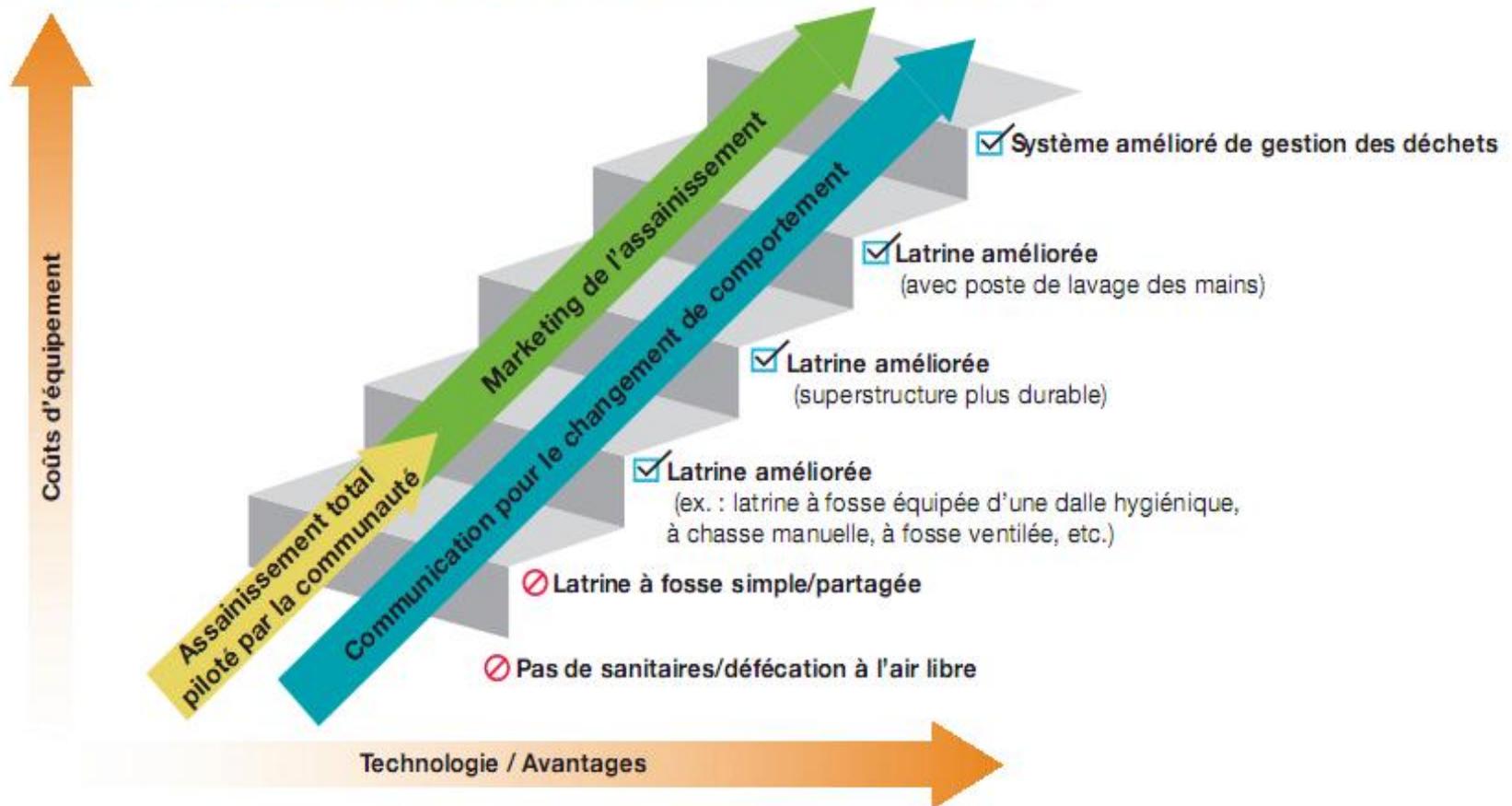
WSP, 2012 :

« Les recherches ont montré que les communautés FDAL en Indonésie et en Inde avaient davantage de probabilités de maintenir l'état FDAL lorsque le marché local fournissait des équipements et des services d'assainissement abordables et répondant aux attentes des consommateurs. »

« L'ATPC et le marketing de l'assainissement ne sont pas seulement compatibles, ils sont complémentaires. En résumé, les faits montrent de plus en plus que ces deux approches sont nécessaires pour développer l'assainissement rural à grande échelle et obtenir des effets sur la pauvreté et la santé. »

Objectif du marketing de l'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

5- Enseignements: le marketing, pas si simple !

- Le marketing demande des compétences spécifiques
- Le suivi des services est indispensable
- Il n'existe pas de modèle universel
- Créer la demande ne veut pas dire que tout le monde peut payer
- La sensibilisation est l'alliée du marketing
- Le marketing est un outil adaptable à tous les services



Quelques recommandations

31



➔ Faire appel à des spécialistes du marketing



➔ Suivre les services de près au démarrage



➔ Le marketing répond à un contexte donné, l'étude de marché est l'étape incontournable



➔ Le marketing ne dispense pas de subvention de l'assainissement

➔ N'oublions pas la vidange et le traitement !



Merci de votre attention

Des questions ?

GRET – Professionnels du développement solidaire

Moumouni Ouedraogo / ouadraogo-m.burkina@gret.org / Tél : +226 76 08 00 86

Marion Santi / santi@gret.org / Tél : +226 73 66 71 51

Julien Gabert / gabert@gret.org / Tél: +33 1 70 91 92 70