



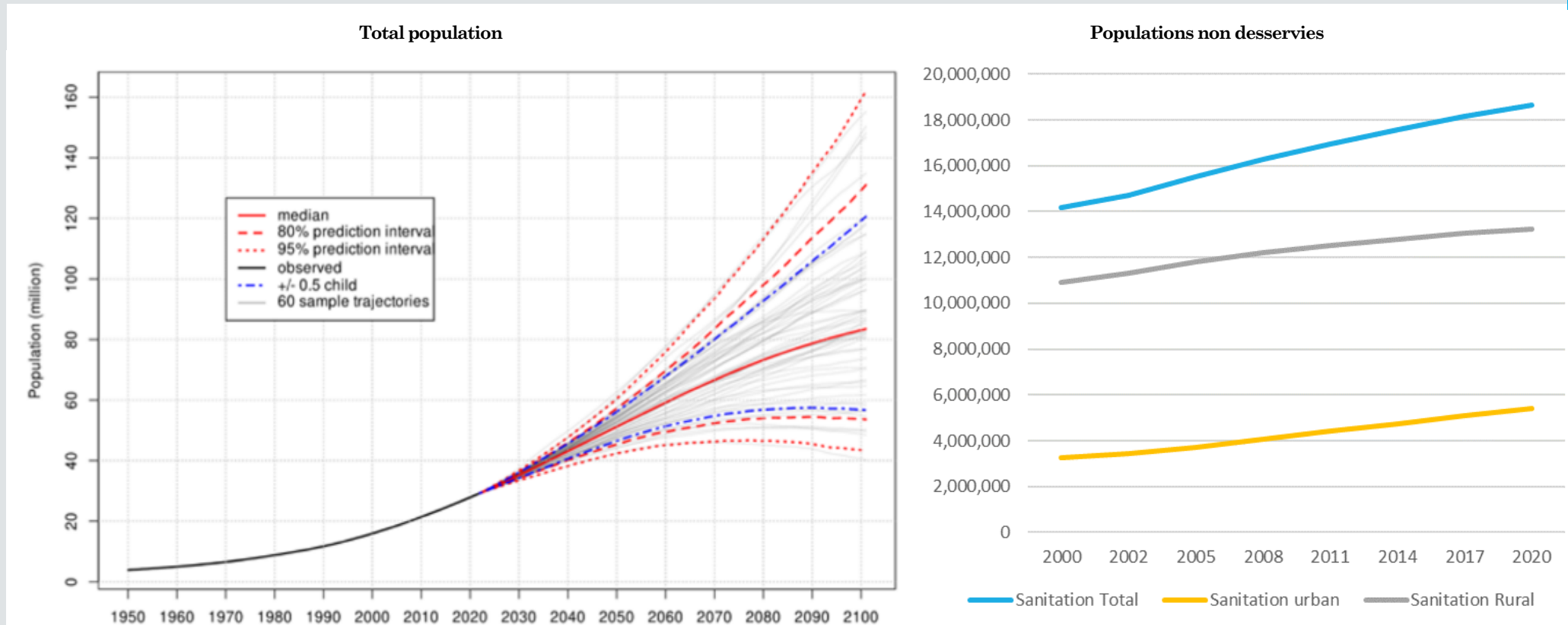
Assainissement basé
sur le marché et
façonnage du marché

Pour un accès
durable aux
services
d'assainissement

Consultation Industrielle | Novembre
2025, Madagascar

Region Atsimo Andrefana, Toliara

Assainissement: quelques données clés



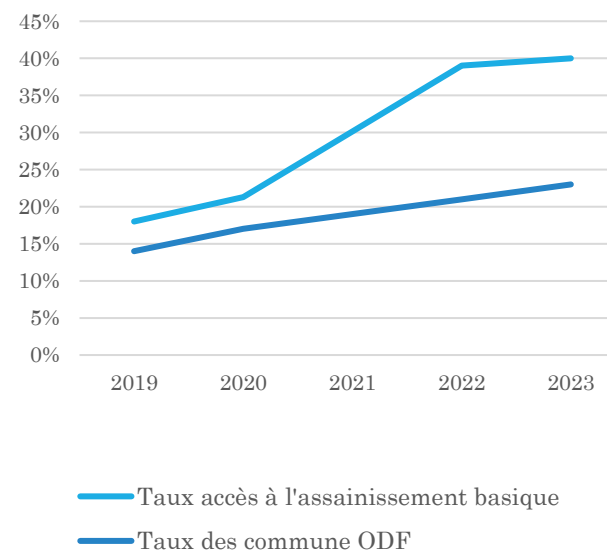
Plus de 18 millions de personnes non desservies à au moins des services d'assainissement de base.

Un besoin rapide et croissant de produits d'assainissement améliorés : plus de 32,3 millions le nombre de personnes dans le besoin d'ici 2032.



Des progrès sont réalisés mais insuffisants!

RATE OF ACCESS TO BASIC SANITATION IN MADAGASCAR



2025?

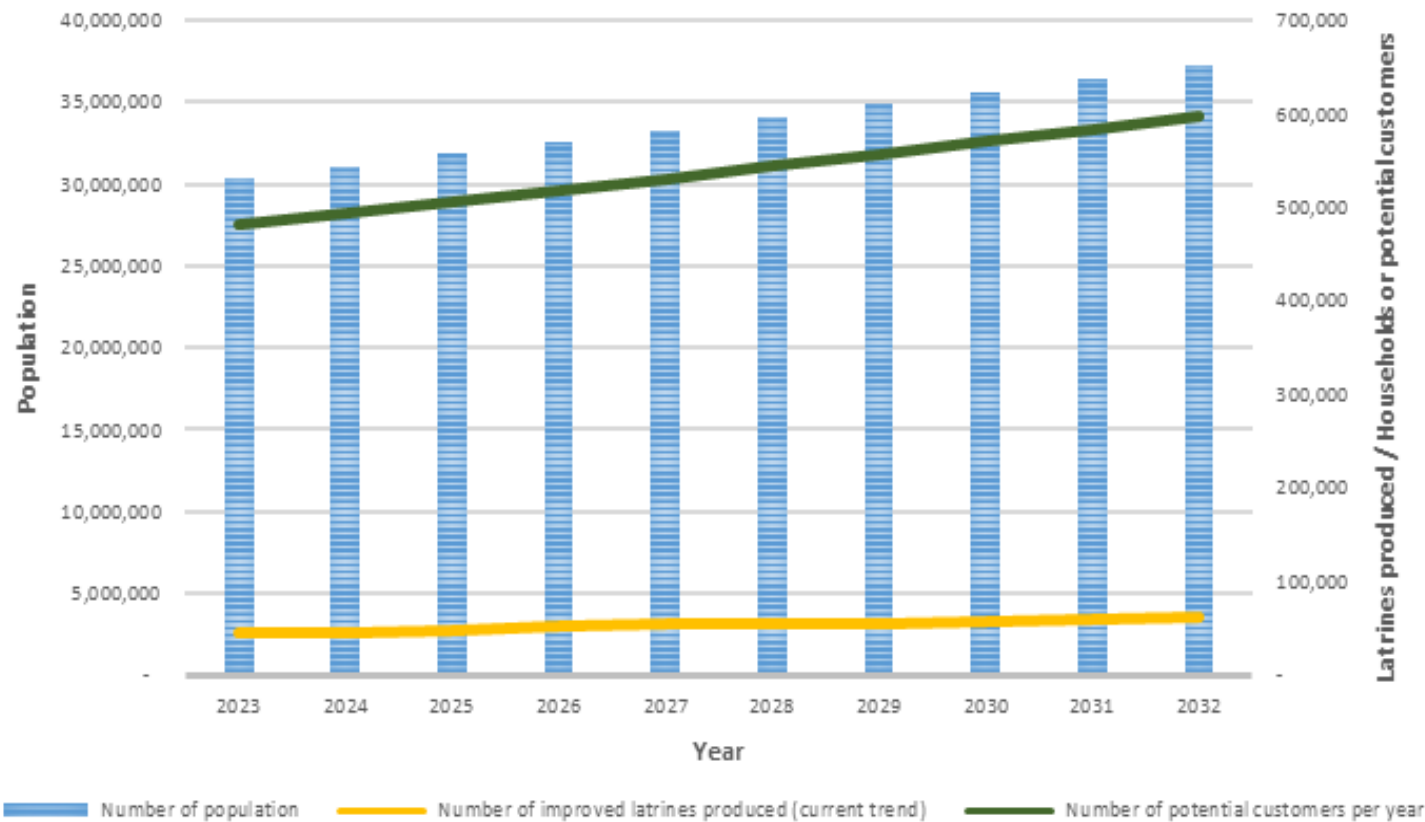
2030?

Après 2030?

Comprendre les données en Assainissement:

Des opportunités majeures et un fort potentiel de croissance sur le marché de l'assainissement

Potential annuel du marché de l'assainissement



Plus de 32,3 personnes nécessitant un accès à des services d'assainissement améliorés.

6,5 millions d'acheteurs potentiels (ménage), ce qui représente la quantité de latrines à produire et à vendre.

Production actuelle de latrines au moins de base: 44.000 – 63.000 par an

Production nécessaire pour couvrir les besoins totaux: > 500.000 par an

La valeur marchande annuelle du secteur de l'assainissement est estimée à près de 70 millions de dollars par an.

Taille potentielle du marché de l'Assainissement dans la Region Atsimo Andrefana

**Region Atsimo
Andrefana**

**Services de
base: 2%**

**Services limités:
27%**

**Pas de services:
70%**

(source: DREAH)

- ❑ Nombre de populations: **1,800,000**
- ❑ Nombre de ménages: **300,000**
- ❑ Estimation du NB de ménages n'ayant pas accès aux services d'assainissement (au moins basique) : **+/- 291,000 (CLIENTS)**

→ **NB de clients potentiels = +/- 291,000 dans la Region** (Rural et Urbain confondus)

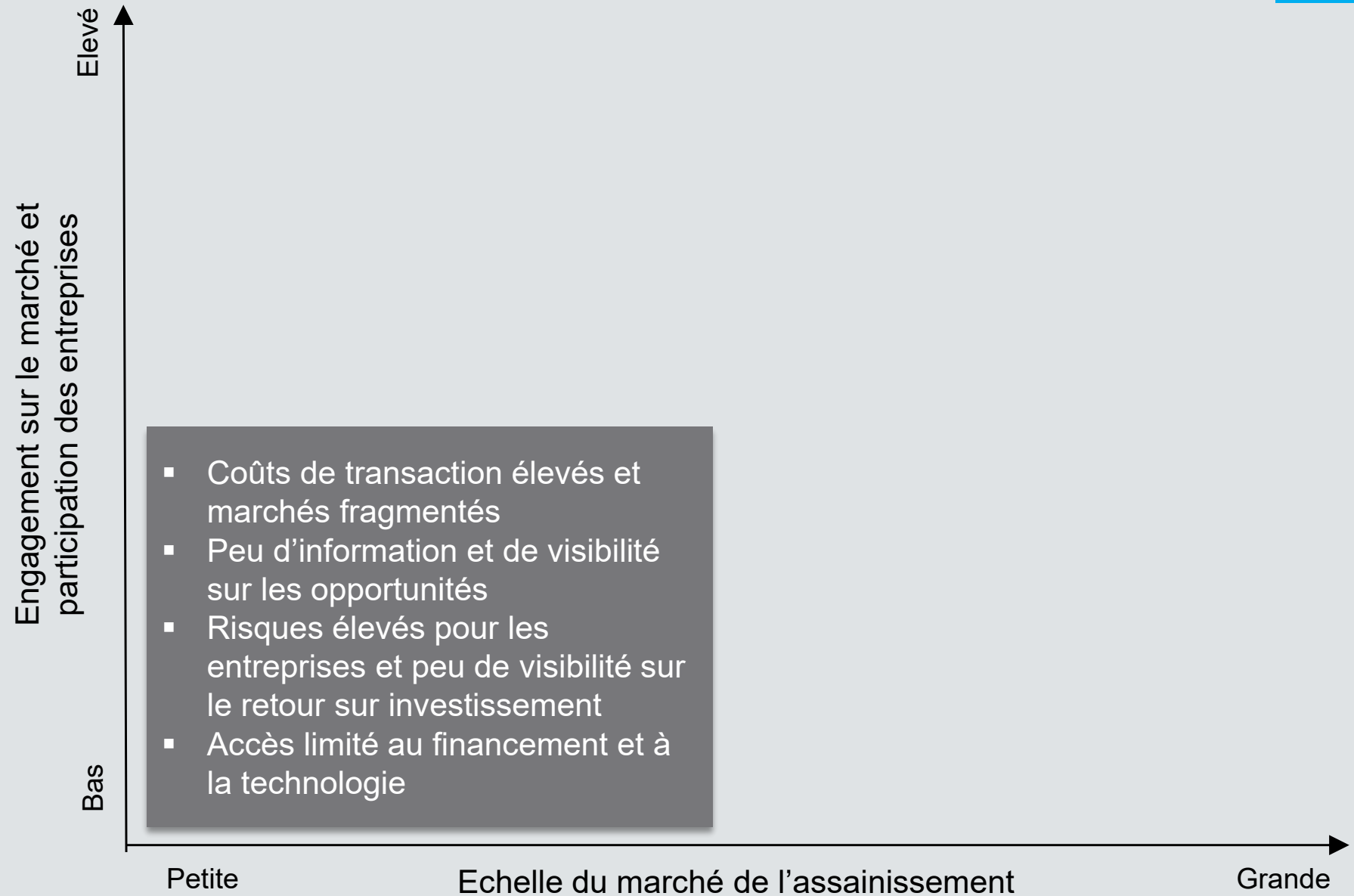
- ❑ Prix estimatif d'une latrine clé-en-main: **250,000 MGA**

→ Chiffres d'affaires estime a + de **73 milliards MGA** (100% du taux de couverture) d'ici 2030 (FdR MMVR + MMVU)

**estimation du 18-11-25 (données non officielles)*



Défis MBS/ABM

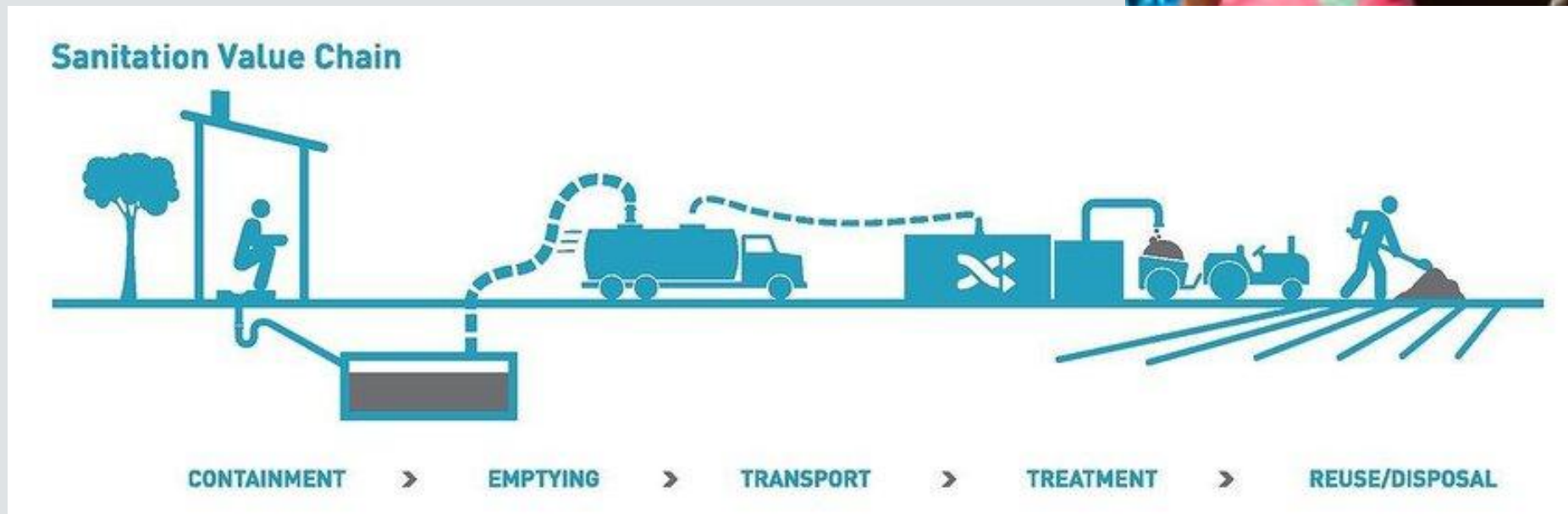




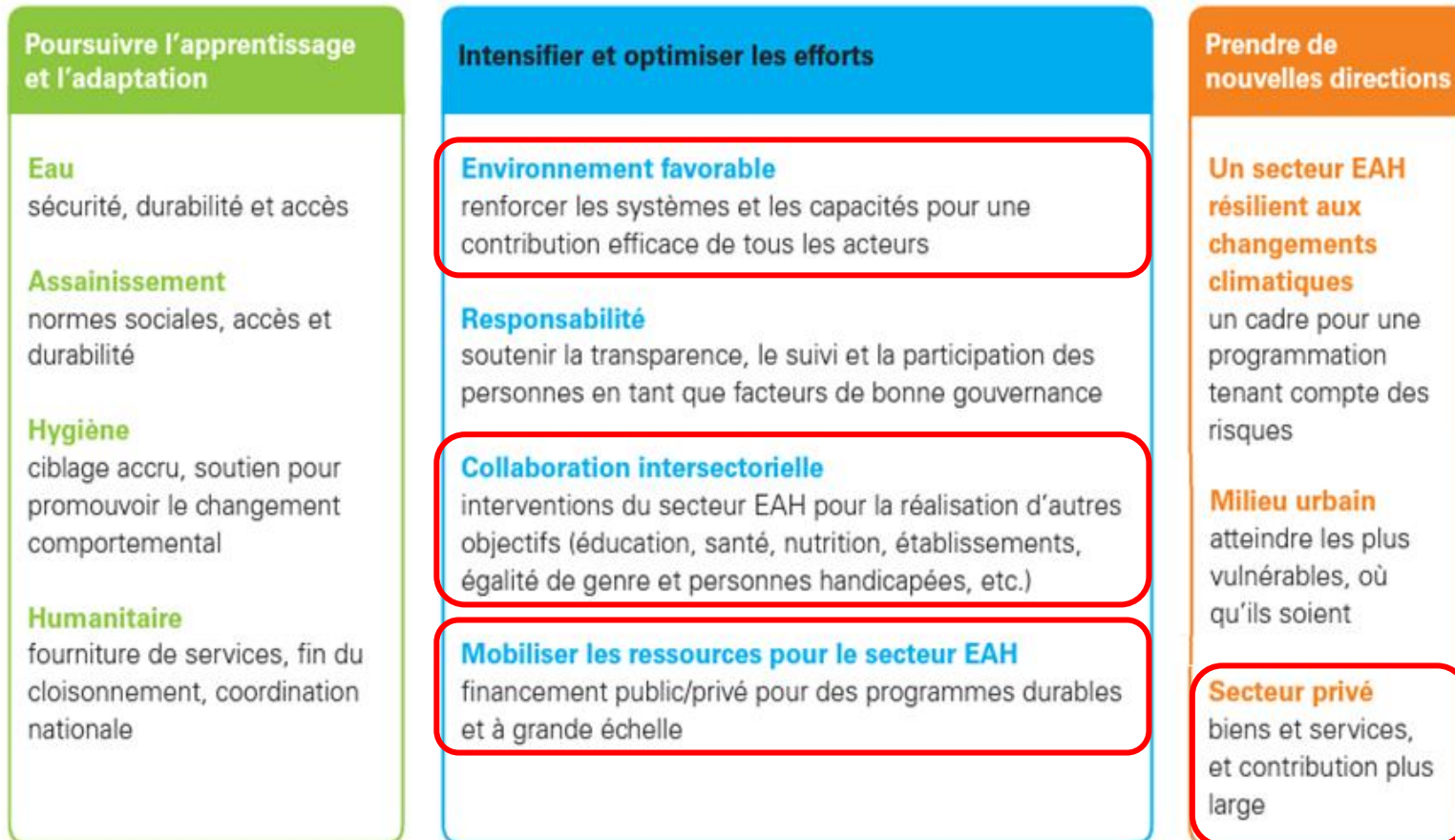
Les efforts visant l'accélération, l'universalité, la durabilité et l'équité des services EAH nécessitent **un changement de paradigme en termes de mode de pensée et de mise en œuvre.**

Objectif

Accélérer et combiner les efforts afin de soutenir les communautés ciblées pour qu'elles aient accès à des solutions d'assainissement de base et/ou gérées de manière sûre, et qui sont disponibles localement et abordables.



La stratégie mondiale d'UNICEF pour l'EAH 2016-2030



Guider la contribution d'UNICEF à la réalisation de **l'ODD 6: assurer l'accès à l'EAH pour tous d'ici 2030.**

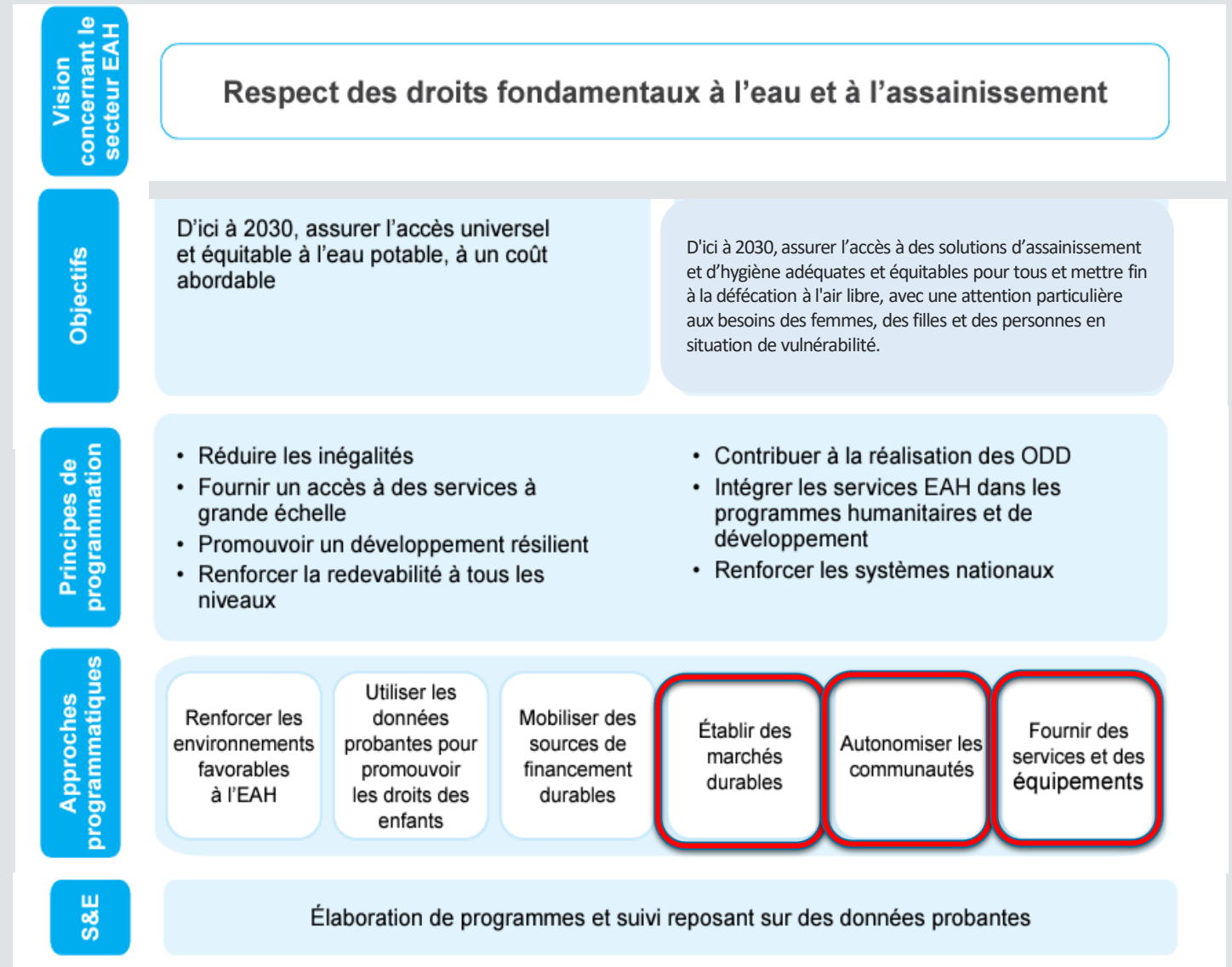
La stratégie s'appuie sur les leçons apprises, **tout en introduisant de nouvelles priorités:**

- L'adaptation au changement climatique;
- Les services dans les petites villes et les établissements informels;
- **L'engagement du secteur privé en tant que partenaire clé au-delà de son rôle traditionnel de fournisseur**, pour l'innovation et l'accès à l'assainissement à grande échelle.

Approche programmatique clé: la création de marchés de l'assainissement durables

En parallèle des stratégies éprouvées telles que **la création de la demande** et **le renforcement des systèmes**, UNICEF s'engage à:

- **Renforcer la capacité des marchés locaux** à répondre de manière abordable et durable à la demande créée.
- Soutenir le développement de **chaînes d'approvisionnement solides** et de **solutions d'EAH abordables et de qualité**.
- Collaborer avec les gouvernements et partenaires **pour des environnements commerciaux favorables**, du niveau national à communautaire.

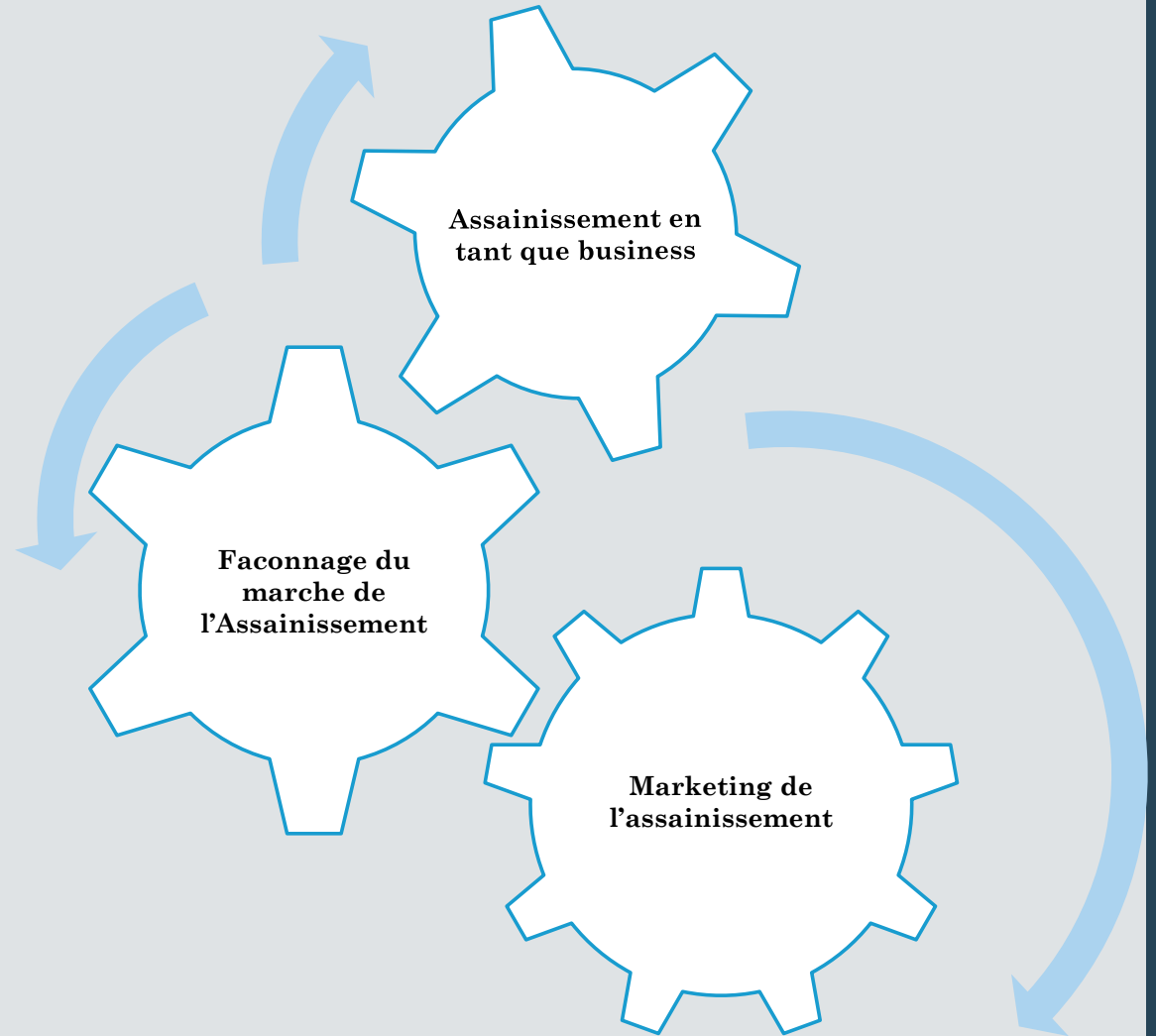


Ce qu'est le MBS / ABM : ensemble d'approches complémentaires contribuant à l'atteinte des objectifs AGTS



D'ici 2030 :

“Assurer l'accès de tous à des services d'assainissement et d'hygiène adéquats et équitables, et mettre fin à la défécation à l'air libre, en portant une attention particulière aux besoins des femmes et des filles et des personnes en situation vulnérable.”



1/ L'assainissement en tant que business

- Faciliter l'investissement dans l'assainissement par le secteur privé, et l'accompagner dans le processus.
- Renforcer la résilience, durabilité et capacité du secteur privé à offrir des solutions abordables et appropriées, et mieux servir les besoins des ménages les plus vulnérables.





2/ Le façonnage du marché de l'assainissement pour accélérer les résultats

- Mettre en oeuvre une combinaison d'actions ciblées, basées sur une analyse du marché, visant à optimiser les interactions sur le marché et à créer un environnement propice à l'assainissement.
- Stimuler la disponibilité à grande échelle d'une gamme de solutions d'assainissement appropriées et abordables.
- Soutenir le développement d'un marché de l'assainissement, en collaboration avec le gouvernement, le secteur privé et les communautés.








3) Marketing de l'assainissement: activation de la demande

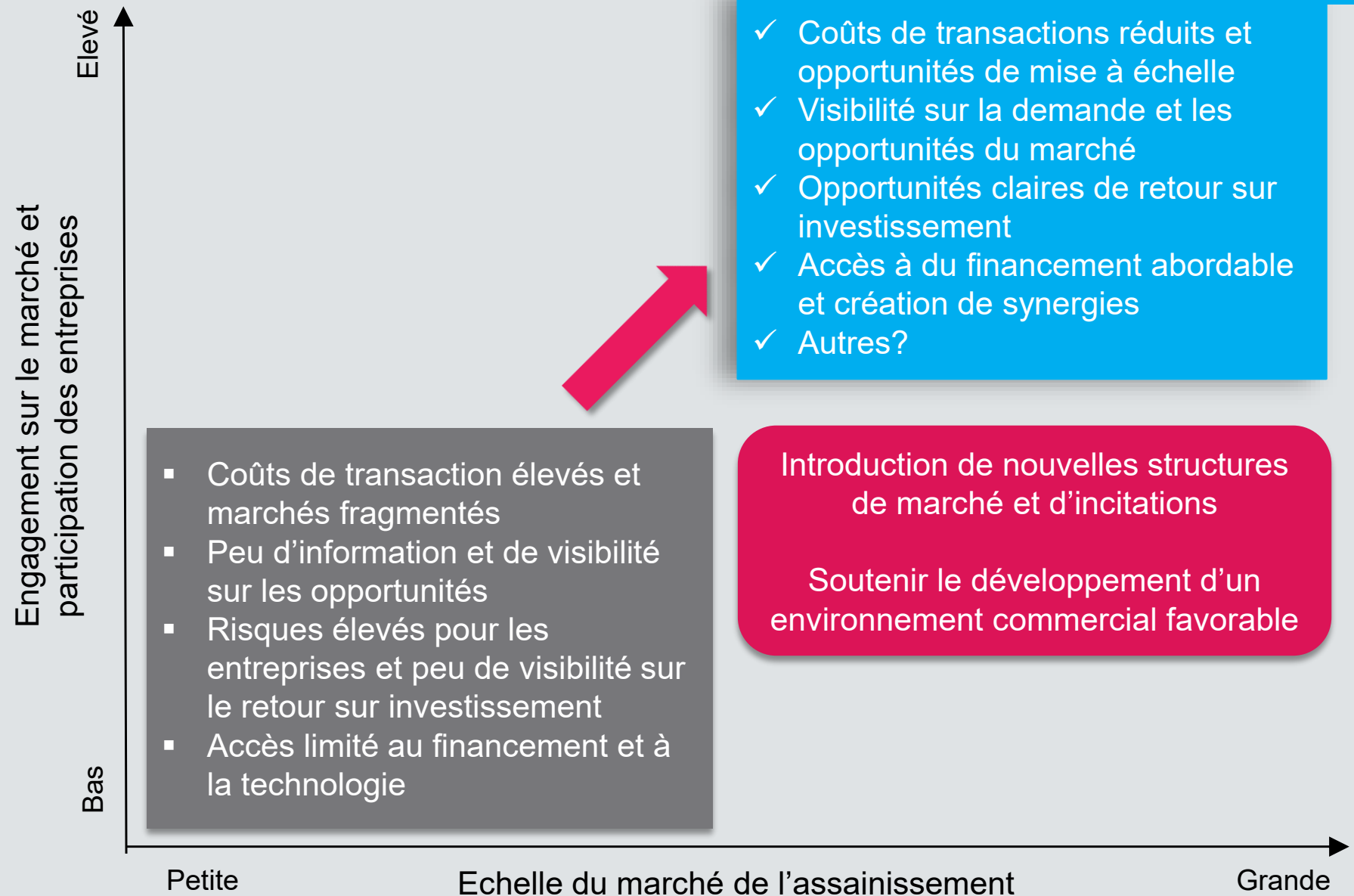
- Encourager et faciliter l'investissement des menages dans l'assainissement
- Susciter l'engagement communautaire et changement de comportements, conduisant à la priorisation de l'assainissement dans les dépenses du ménage
- Identifier et différencier les moyens a payer, capacités a payer et volonté a payer des ménages.



Ce qu'est le MBS / ABM : approcher l'assainissement "autrement" pour accélérer les résultats vers un AGTS

	De...	A...	Points à considérer
Ménage	 Bénéficiaire	 Client	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contribution monétaire totale ou partielle fait par le ménage à l'achat, à la construction, à la mise à niveau et/ou à l'entretien d'une latrine auprès d'un acteur du secteur privé. ▪ Travail prioritaire sur la volonté à payer des ménages.
Opérateurs privés	 Prestataires de services / fournisseurs	 Partenaires / entreprises indépendantes et viables	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Assainissement comme une opportunité de business ▪ Capacité à offrir des options plus accessibles à un plus grand nombre de personnes et d'endroits.
Partenaires de mise en œuvre	 Execution de projets, échelle limitée		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coordination inter-acteurs pour renforcer l'offre ▪ Mutualisation des efforts pour réduire la fragmentation du marché.

Défis et pistes MBS/ABM



Exprimons-nous !

<https://www.menti.com/al3y7xhnc92g>



Code: 5531 5486

Classez par ordre de priorite





Façonnage du marché de l'assainissement



Comment répondre au potentiel du marché?



6.5 millions de latrines à construire d'ici 2032 dans tout Madagascar
291,000 latrines pour la Region Atsimo Andrefana



Objectif = Demande potentielle rencontre une offre abordable



Production à grande échelle:

- Capacité à produire / vendre à grande échelle
- Marche de gros volumes
- Offre rentable



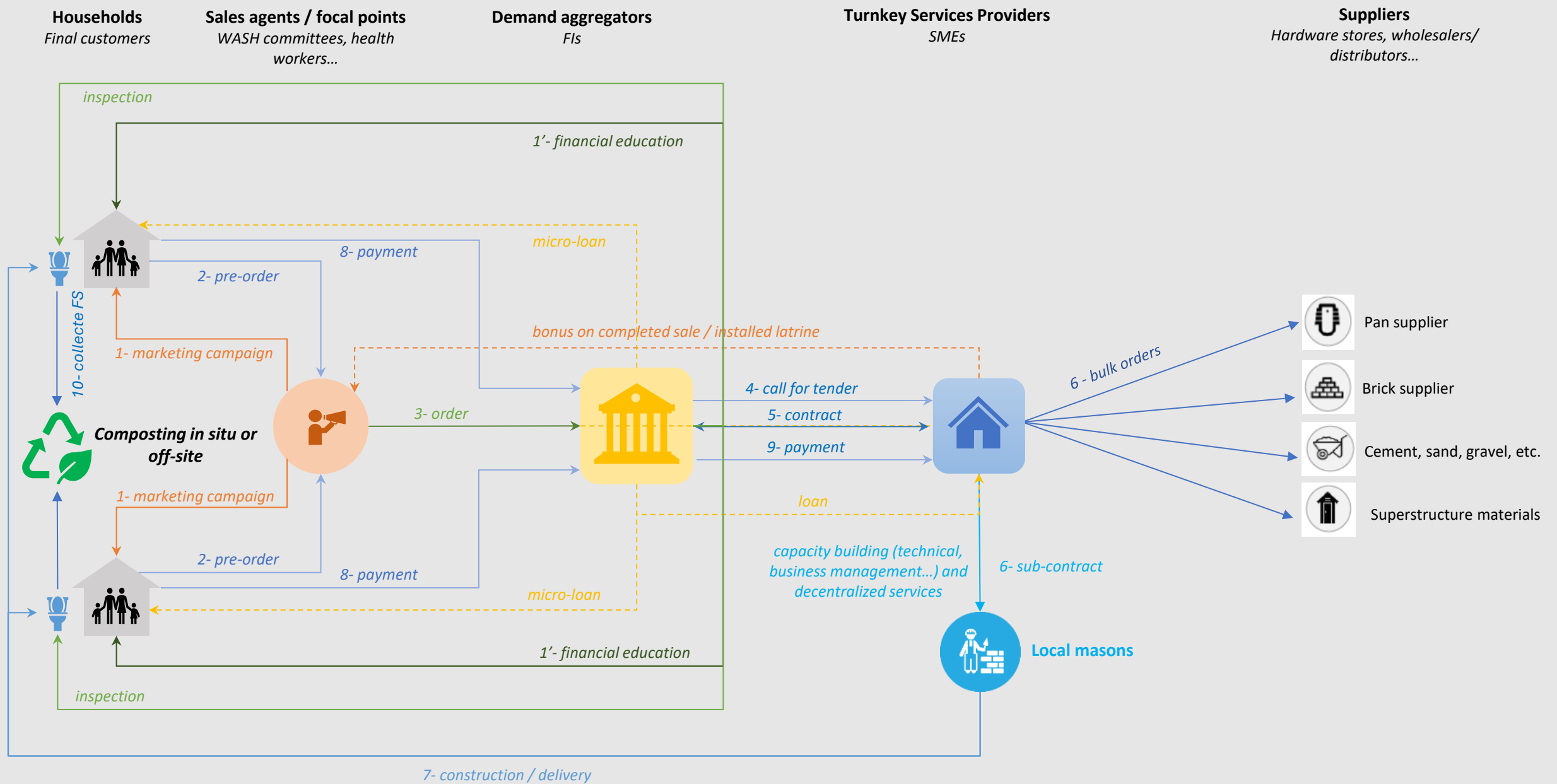
Demande:

- Choix diversifié et accessible / nombre d'options de solutions réduit
- Réduction de la fragmentation de la demande

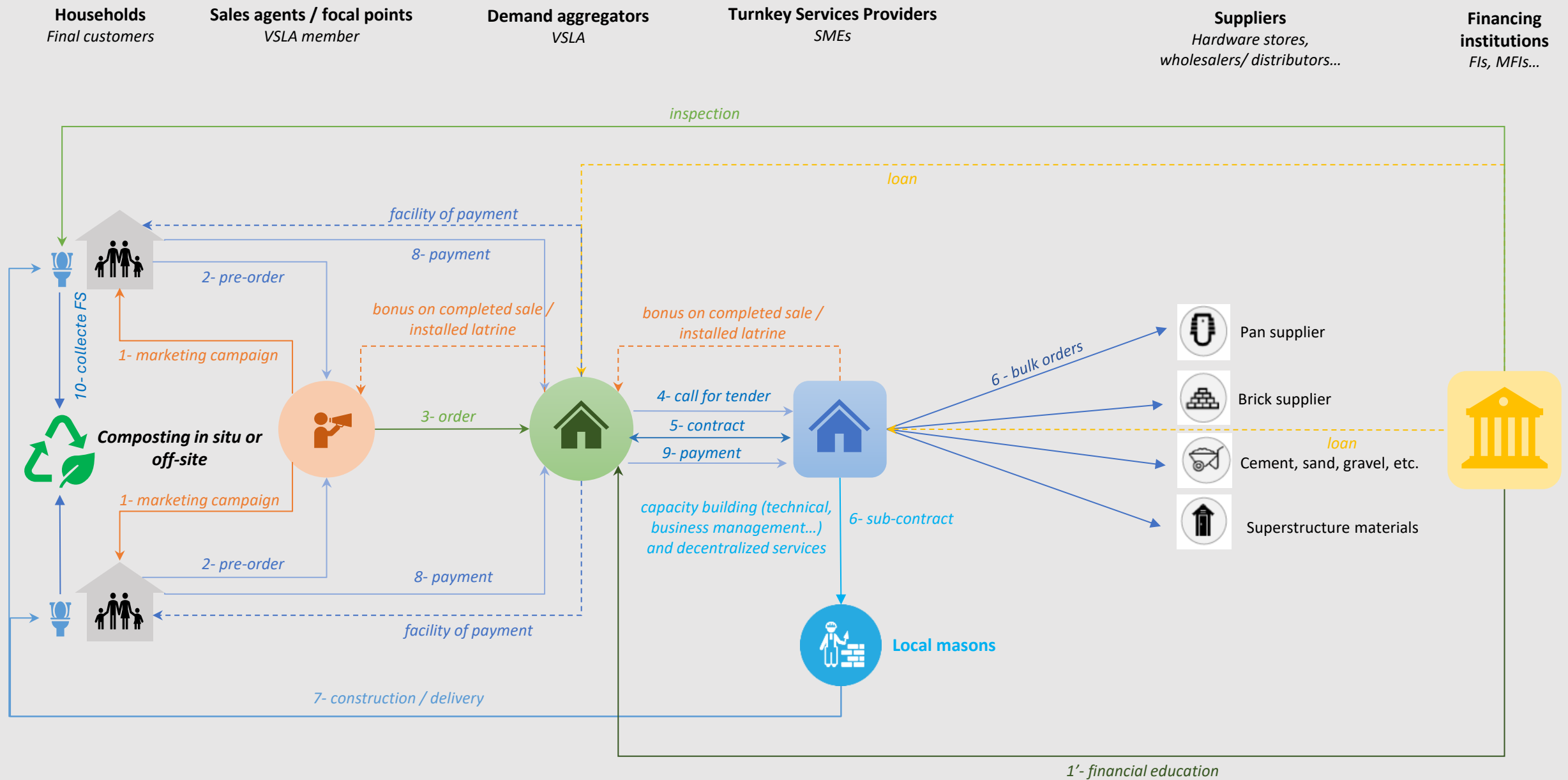


Prix unitaire:

- Réduction du prix unitaire du produit fini:
approvisionnement groupé de matériaux, main d'œuvre locale...



Model managed by Financial Services Providers (FSP), adapted to small towns and urban areas



Model with VSLA member – adapted to rural areas mainly

Merci!

Questions / Réponses