

Assainissement basé sur le marché et façonnage du marché

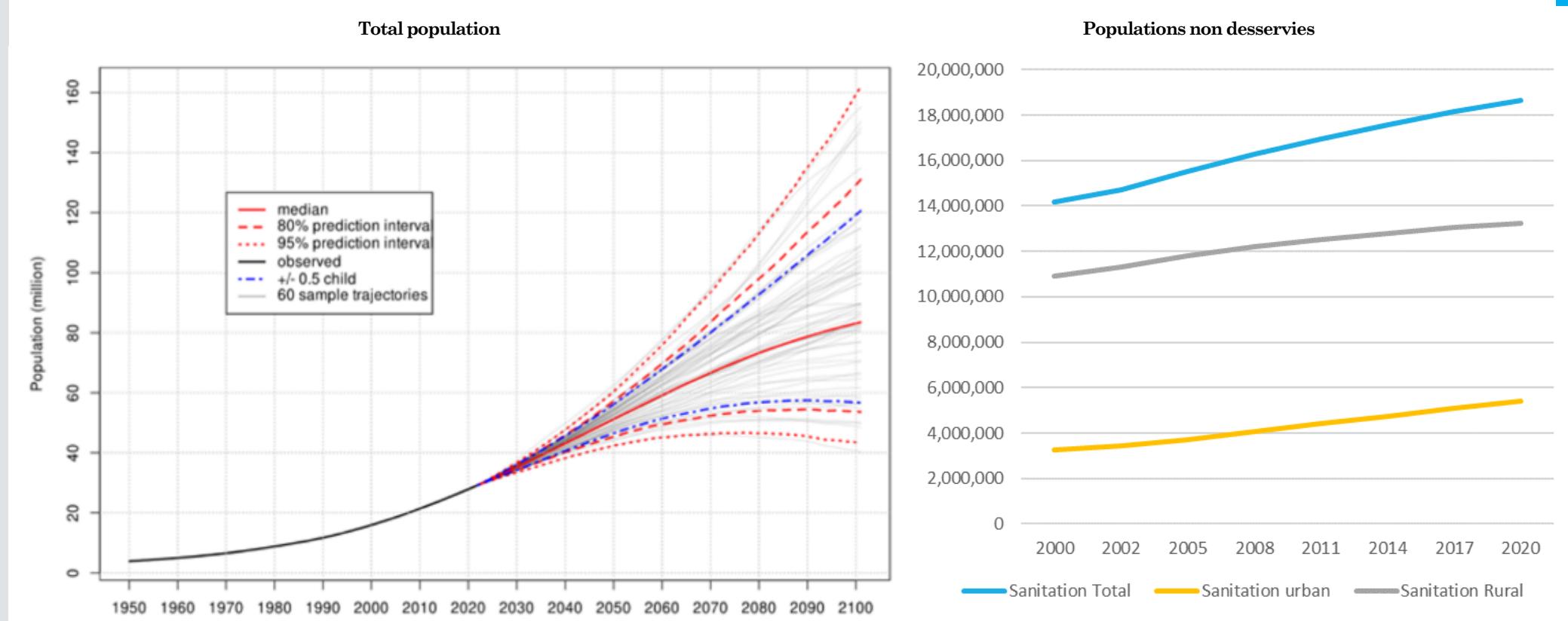
Pour un accès
durable aux
services
d'assainissement



Consultation Industrielle | Novembre
2025, Madagascar

Region Atsimo Andrefana, Toliara

Assainissement: quelques données clés

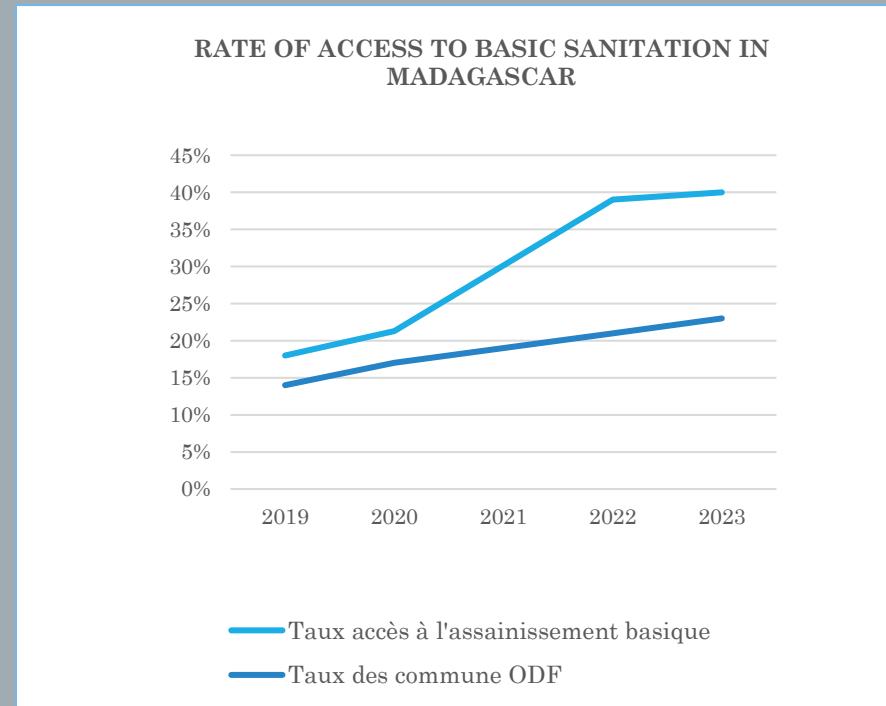


Plus de 18 millions de personnes non desservies à au moins des services d'assainissement de base.

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!



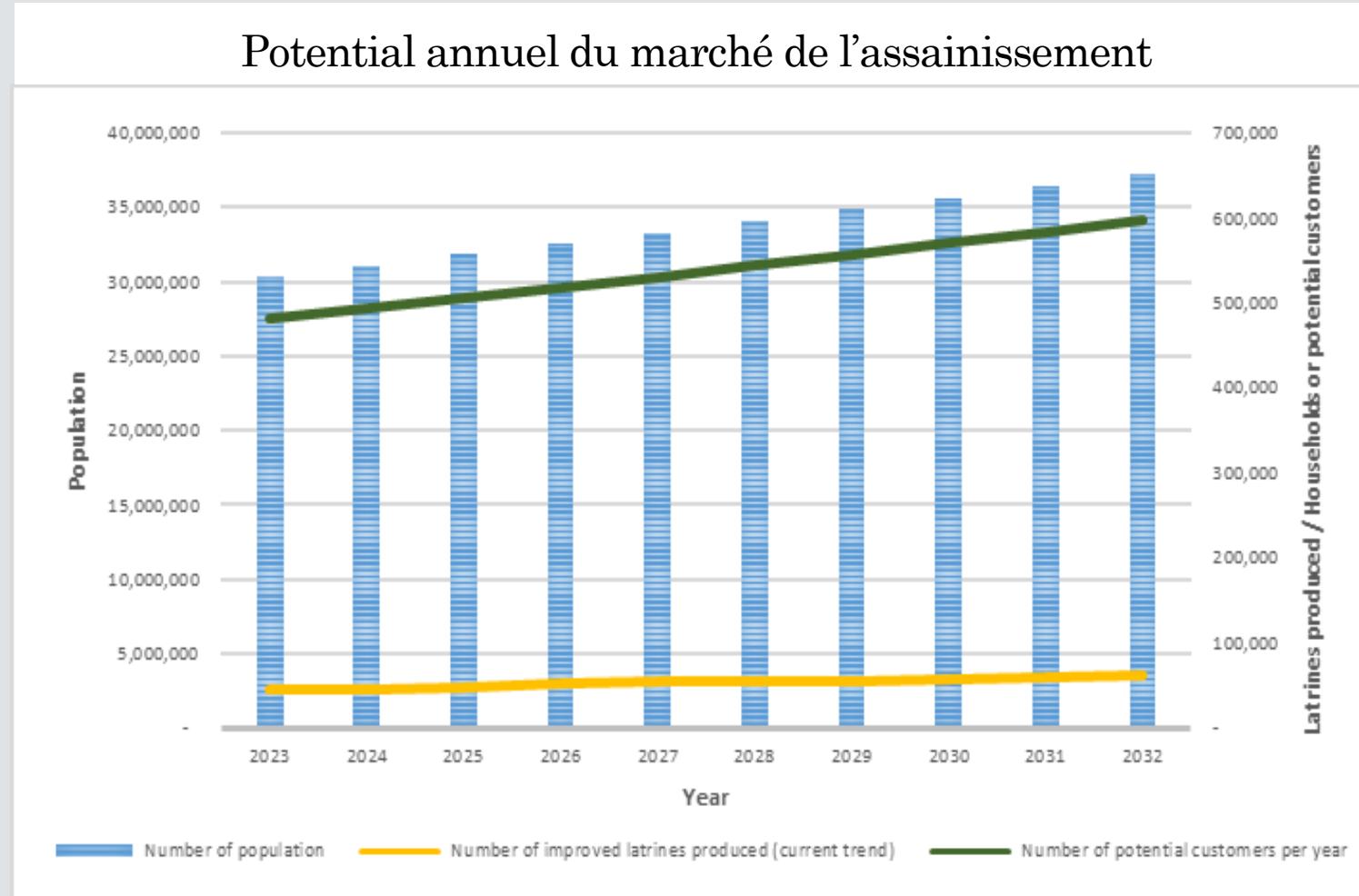
2025?

2030?

Après 2030?

Comprendre les données en Assainissement:

Des opportunités majeures et un fort potentiel de croissance sur le 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%

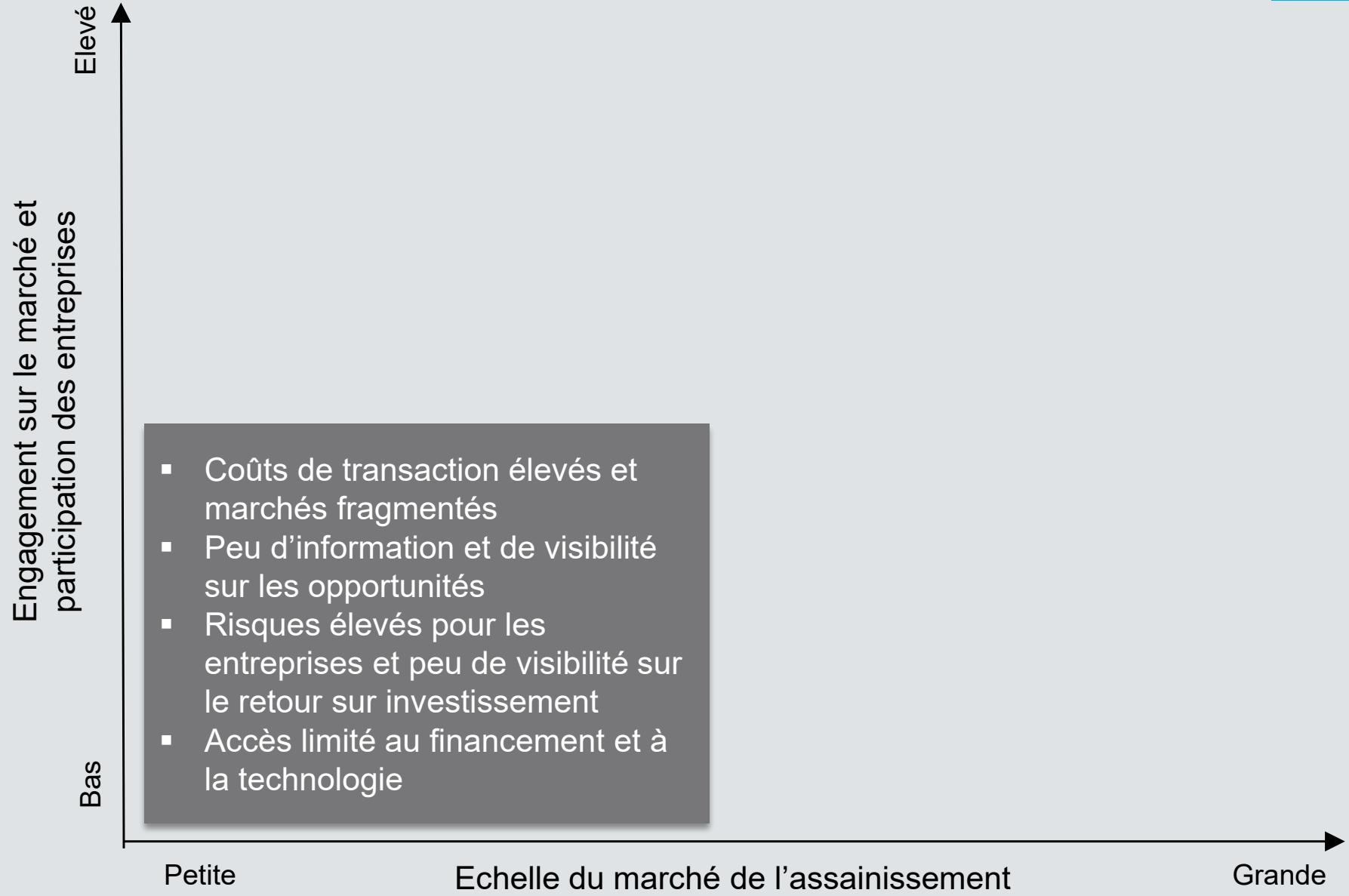
(source: DREAH)

- 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

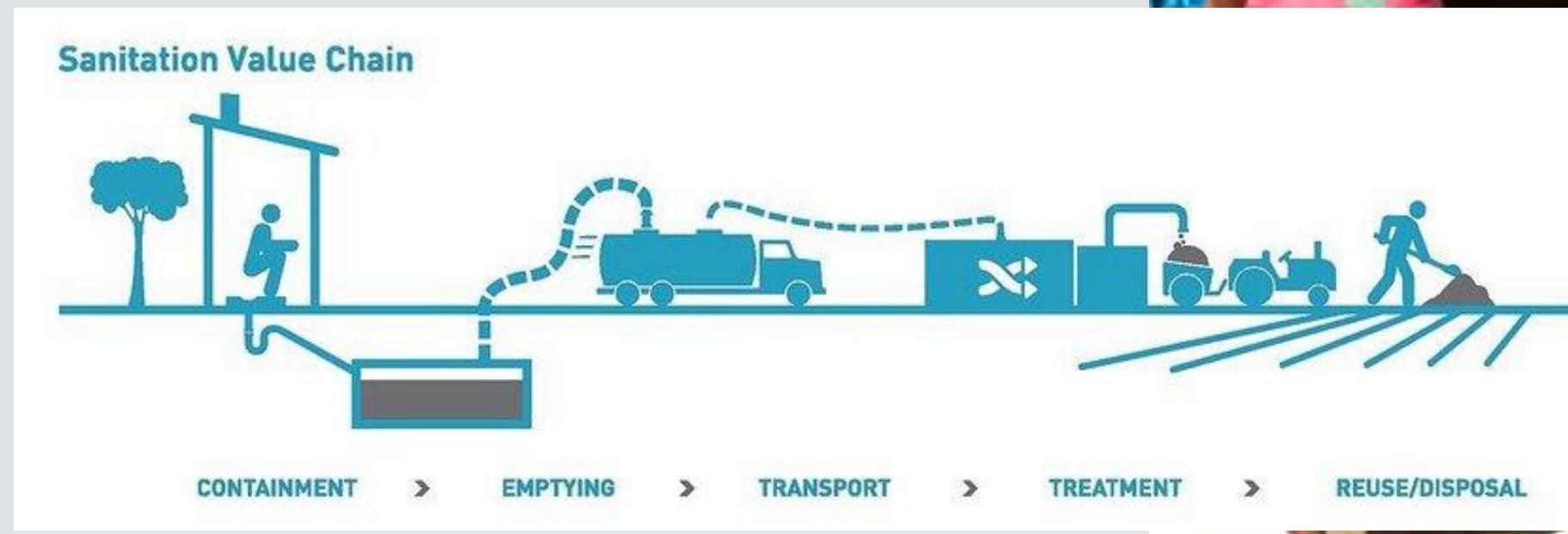




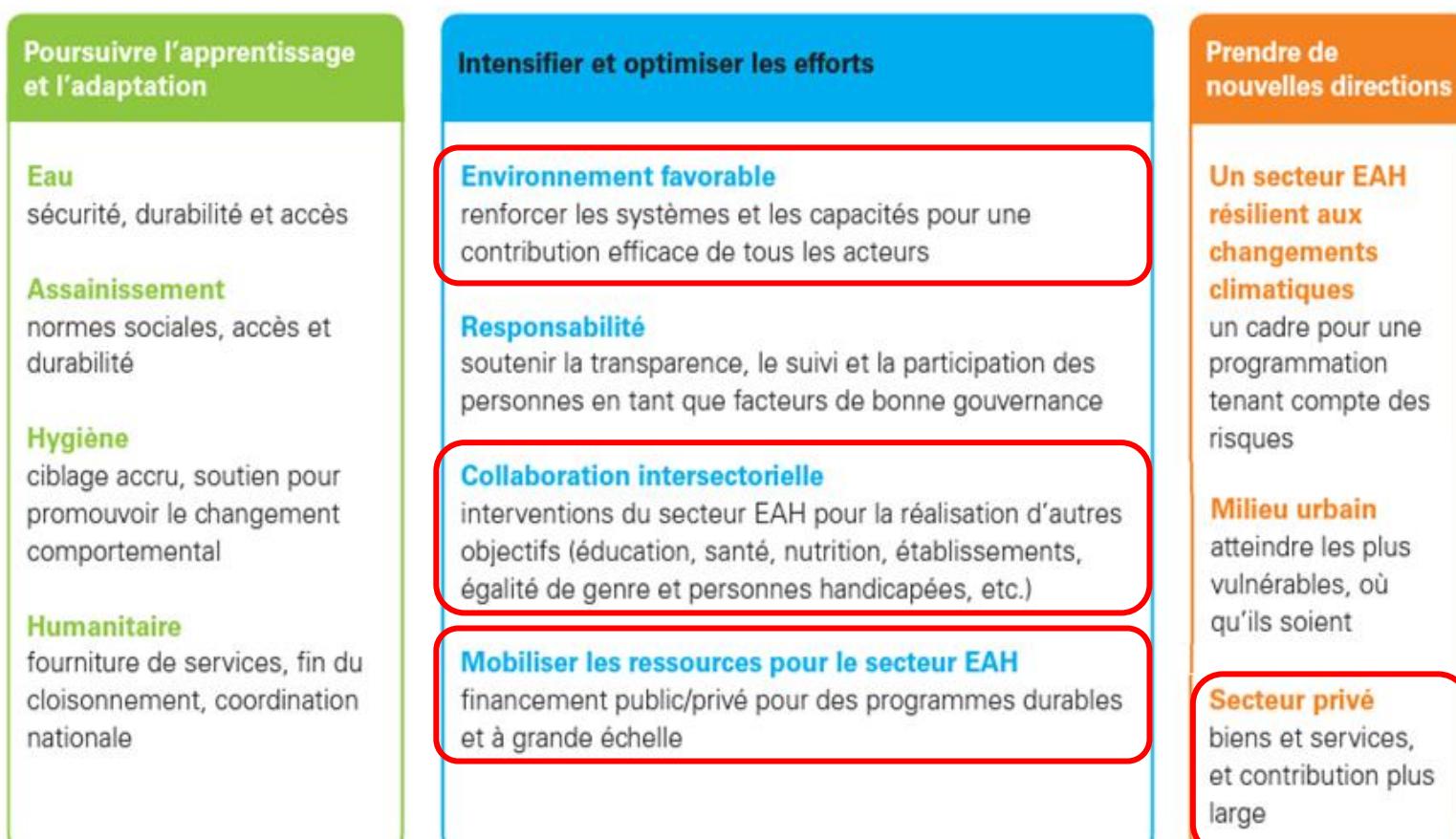
Les efforts visant l'accélération, l'universalité, la durabilité et l'équité des services EAH nécessitent **un changement de paradigme en termes de mode de pensée et de mise en œuvre.**

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.**

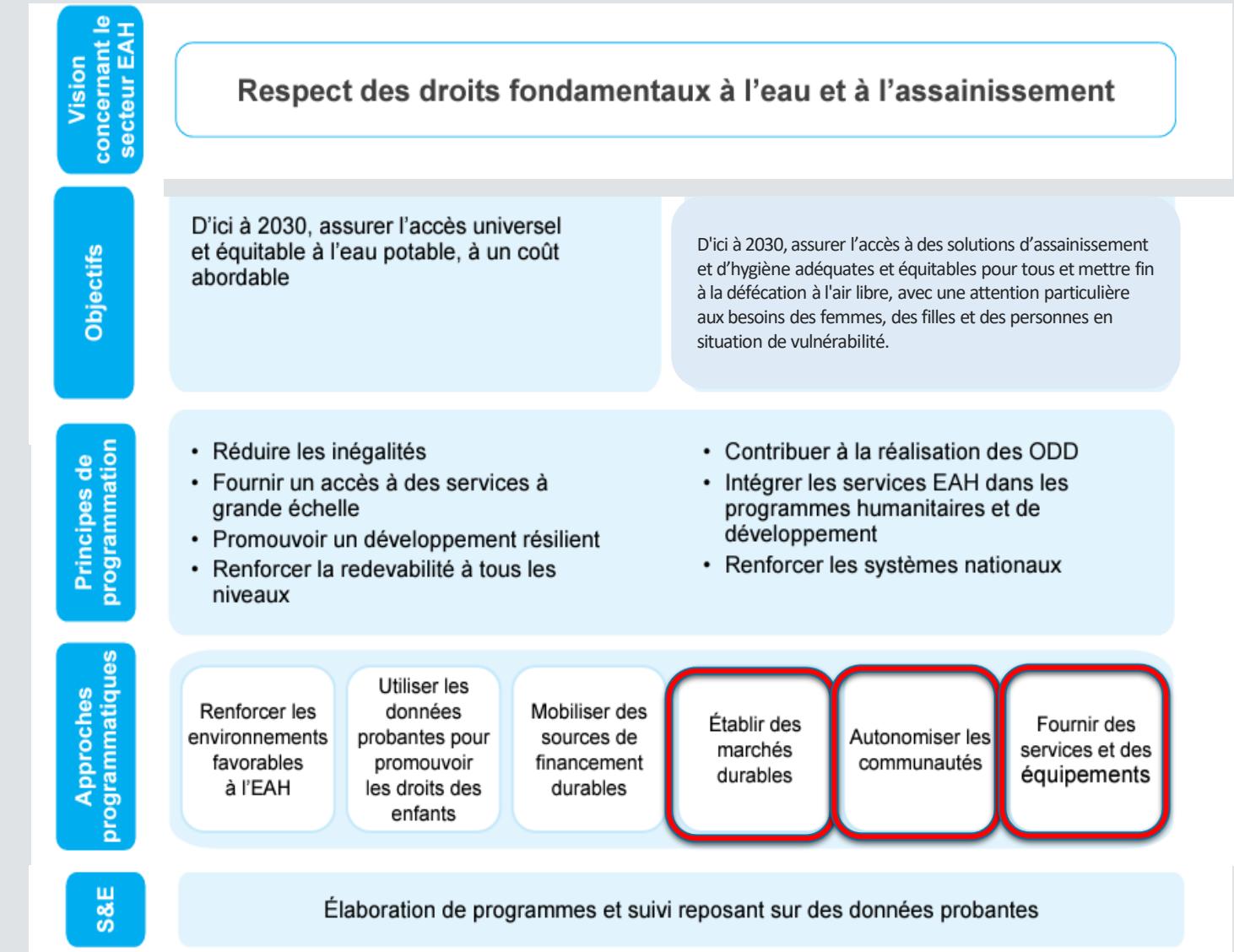
La stratégie s'appuie sur les leçons apprises, **tout en introduisant de nouvelles priorités**:

- 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.

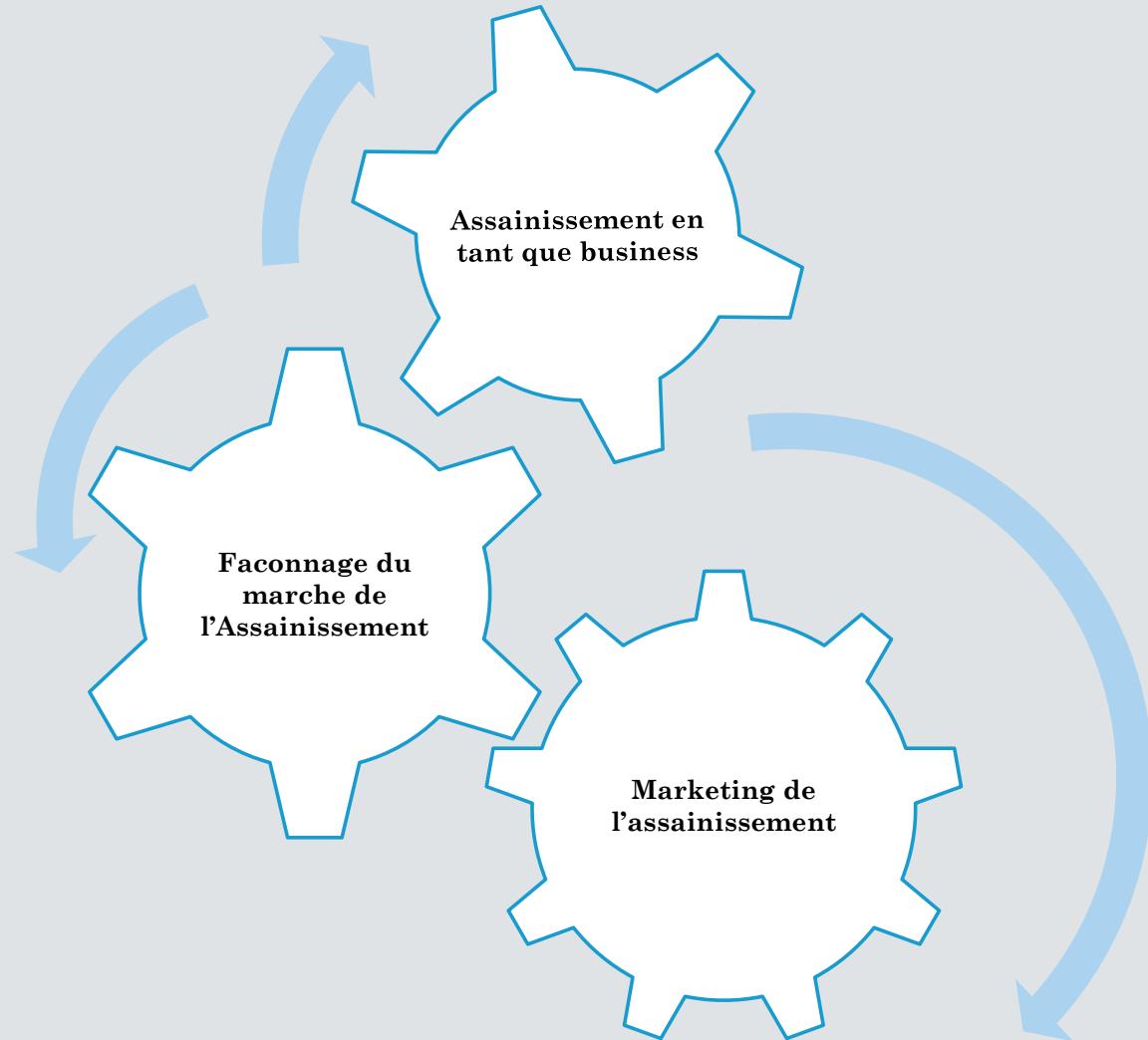


Ce qu'est le MBS / ABM : ensemble d'approches complémentaires contribuant a l'atteinte des objectifs AGTS



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

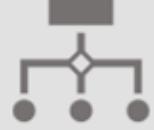
- Mettre en oeuvre une combinaison d'actions ciblées, basées sur une analyse du marché, visant à optimiser les interactions sur le marché et à créer un environnement propice à l'assainissement.
- Stimuler la disponibilité à grande échelle d'une gamme de solutions d'assainissement appropriées et abordables.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

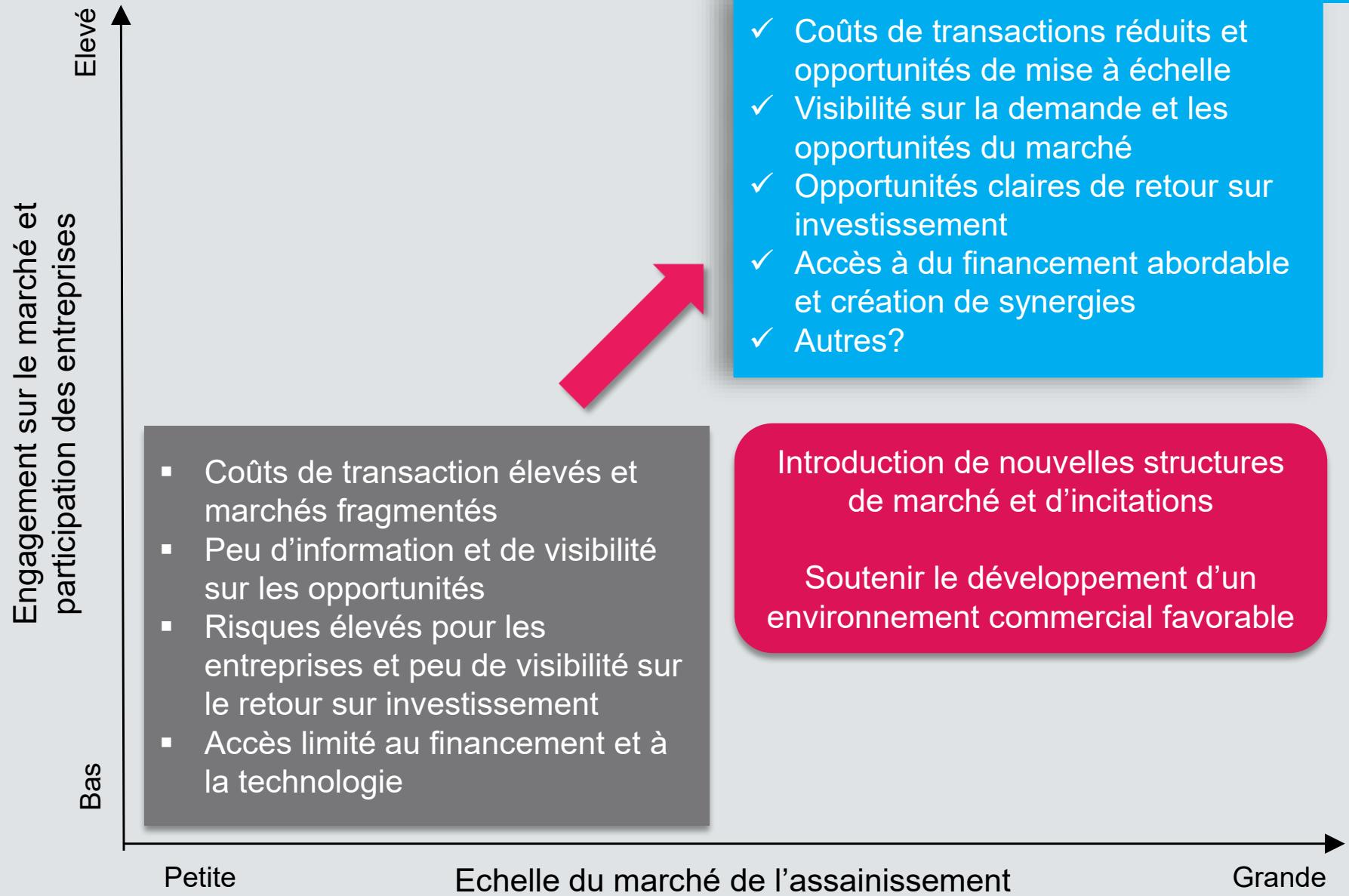
- Encourager et faciliter l'investissement des ménages dans l'assainissement
- Susciter l'engagement communautaire et changement de comportements, conduisant à la priorisation de l'assainissement dans les dépenses du ménage
- Identifier et différencier les moyens à payer, capacités à payer et volonté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



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

	De...	A...	Points a considerer
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 oeuvre	 Exécution 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 priorité

1. Visibilité sur la demande et les opportunités du marché
2. Opportunités claires de retour sur investissement
3. Accès à du financement abordable et création de synergies
4. Coûts de transactions réduits et opportunités de mise à échelle



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
- Marché 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...

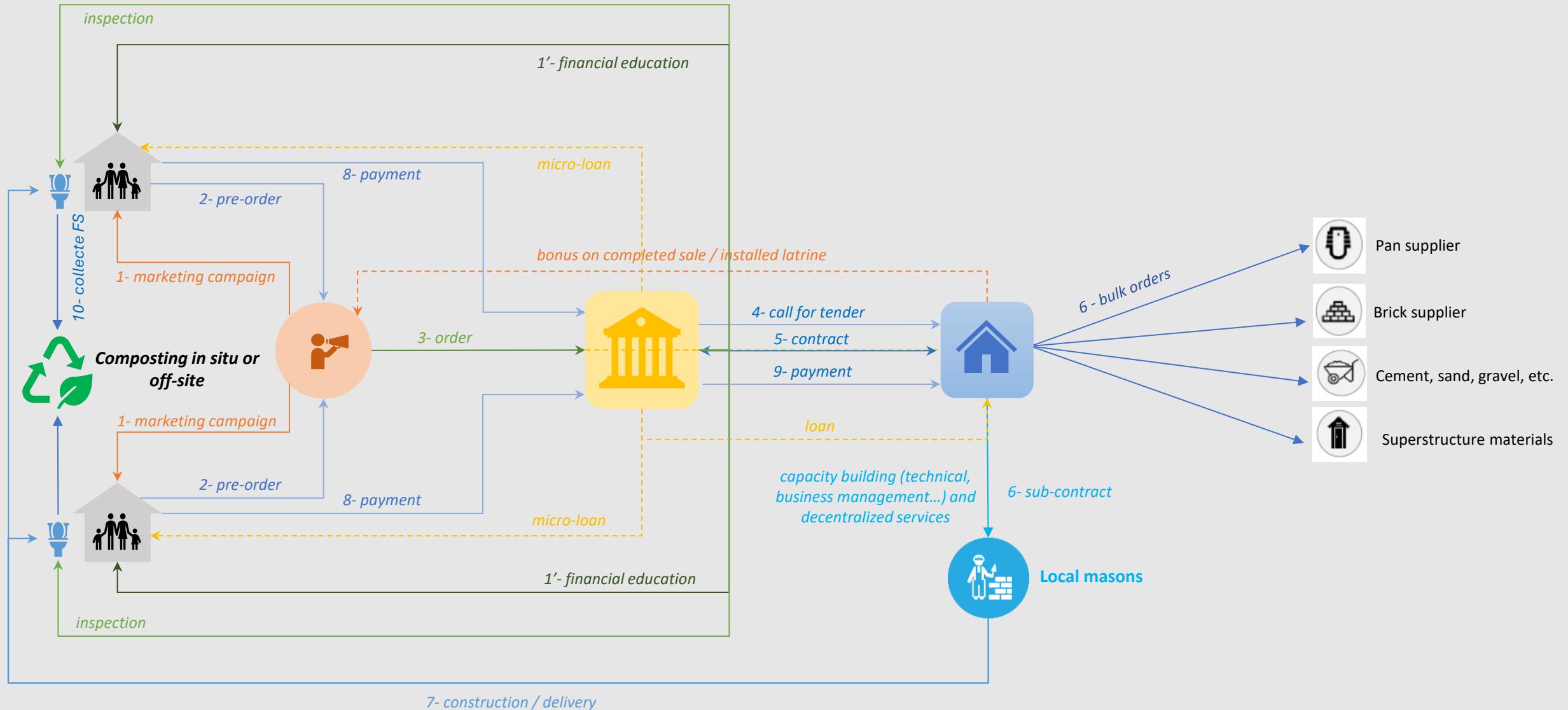
Households
Final customers

Sales agents / focal points
WASH committees, health workers...

Demand aggregators
FIs

Turnkey Services Providers
SMEs

Suppliers
Hardware stores, wholesalers/distributors...



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

Households
Final customers

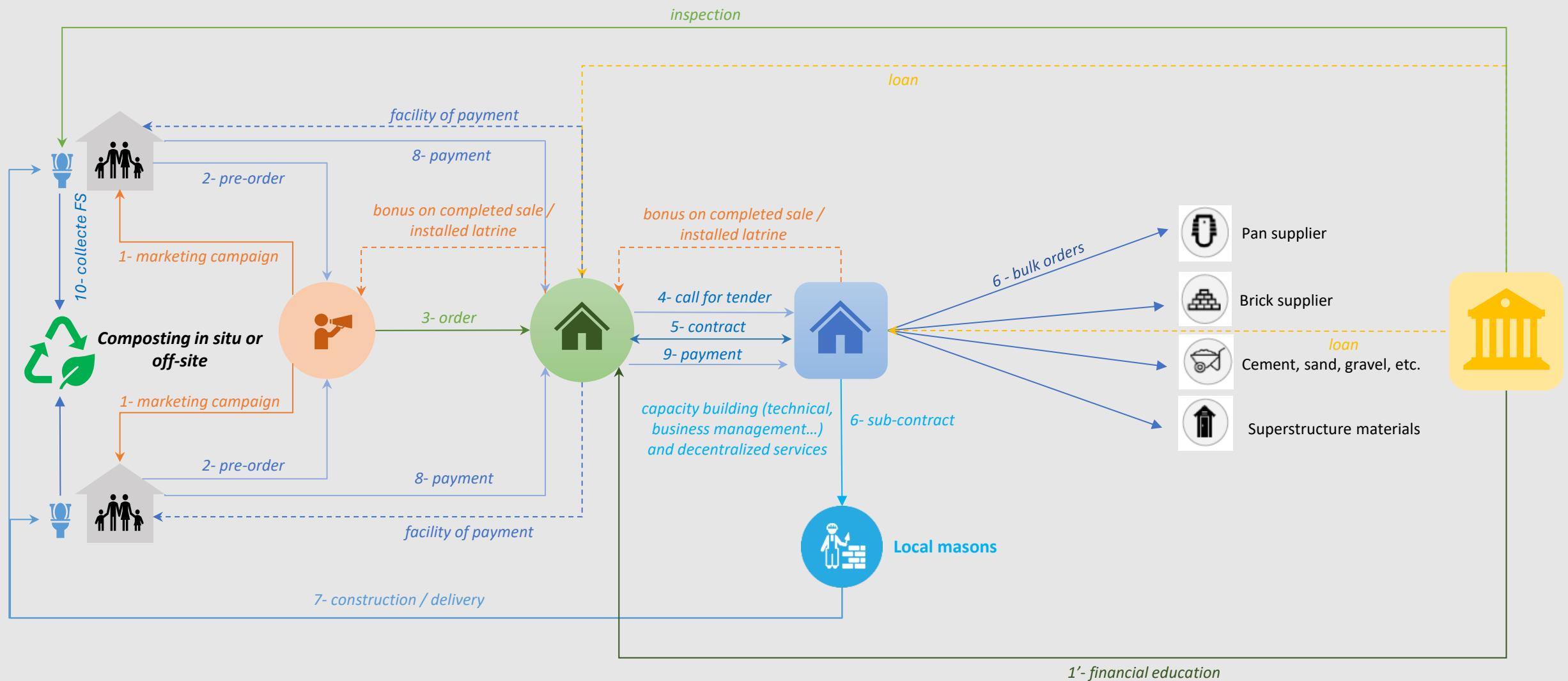
Sales agents / focal points
VSLA member

Demand aggregators
VSLA

Turnkey Services Providers
SMES

Suppliers
Hardware stores,
wholesalers/ distributors...

Financing institutions
FIs, MFIs...



Model with VSLA member – adapted to rural areas mainly



Merci!

Questions / Réponses