



GRET

Professionnels du
développement
solidaire

Le marketing de l'assainissement: *Premières leçons des expériences du Gret au Sénégal*

Lyon, réunion pS-Eau, 31 janv 2019

Une entreprise solidaire
Une organisation à but non lucratif
Une association d'intérêt général

LE GRET, UNE ONG INTERNATIONALE

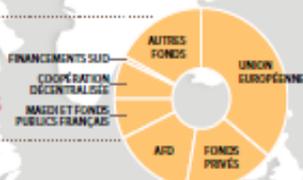
771 professionnels

154 projets et expertises

avec un budget de
28 millions d'euros

impliquant au moins
2,8 millions de personnes

dans 28 pays d'intervention



Les équipes du Gret, issues de 20 nationalités réparties dans 15 pays, forment durablement une communauté de sens, de valeurs et de règles. Avec des milliers d'autres professionnels au service des moins favorisés, elles tissent des liens essentiels de solidarité, de respect, de tolérance, indispensables pour construire ensemble et lutter contre la pauvreté et les inégalités, à l'échelle de villages jusqu'aux instances internationales.

EUROPE :
France (dont DOM-TOM)

ASIE DU SUD-EST :
Cambodge, Laos, Myanmar, Vietnam

AFRIQUE, OCEAN INDIEN :
Algérie, Bénin, Burkina Faso, Burundi, Cameroun, Congo, Côte d'Ivoire, Guinée, Kenya, Madagascar, Malawi, Mali, Mauritanie, Niger, Ouganda, RDC, Rwanda, Sénégal, Tanzanie, Tchad

AMÉRIQUE LATINE, CARAÏBES :
Brésil, Haïti, Pérou

7 thématiques qui contribuent ensemble au développement solidaire

- AGRICULTURE : FILIÈRES ET POLITIQUES AGRICOLES
- CITOYENNETÉS ET DÉMOCRATIE
- EAU POTABLE, ASSAINISSEMENT, DÉCHETS
- GESTION DES RESSOURCES NATURELLES ET ÉNERGIE
- MICROFINANCE ET INSERTION PROFESSIONNELLE
- SANTÉ : NUTRITION ET PROTECTION SOCIALE
- VILLES POUR TOUS ET DÉCENTRALISATION

DIFFÉRENTS MÉTIERS



DES INTERVENTIONS ANCRÉES SUR LES TERRITOIRES

74% 113 projets de terrain

19 expertises et missions courtes

13> 20 études, recherches et capitalisation

UNE DIFFUSION DES ENSEIGNEMENTS

8 publications par an

250 références publiées

À travers la conduite d'expertises, l'animation de réseaux, la production de références issues de sa pratique, le Gret diffuse des connaissances des savoir-faire, des méthodes testées et évaluées sur le terrain, et influence les pratiques et politiques de demain pour un développement plus solidaire. L'attachement à une attention particulière à la transparence et au sérieux de la gestion, un gage de confiance pour ses partenaires du Nord et du Sud, ses financeurs publics, associatifs et entreprises.

- UNE MULTITUDE DE PARTENAIRES
- 15 Institutions scientifiques
 - 210 partenaires opérationnels
 - 120 partenaires financiers

FIND Le Gret a créé un fonds de dotation dédié à l'innovation pour le développement, Find. Il soutient en partenariat avec les entreprises, des processus d'innovation sociale, technique et institutionnelle pour le développement.

Parce que la lutte contre la pauvreté et les inégalités nécessite les meilleures compétences, le Gret défend une approche professionnelle de la solidarité et enrichit le secteur du développement de savoirs et de solutions innovantes. Il considère que les populations sont des citoyens acteurs de développement et agit avec elles, privilégiant la dignité du citoyen à l'assistanat, le renforcement des capacités à la substitution, la contribution aux politiques publiques au recyclage de modèles inadaptés, le travail avec le secteur économique à l'opposition stérile.



GRET

Professionnels du
développement
solidaire

Le marketing de l'assainissement

qu'est-ce que c'est? Pourquoi? Comment?

4

L'assainissement au sens large est la gestion:

Des eaux usées
(excrétas, eaux de nettoyage, eaux de douche, eaux de lessive)



Des eaux de pluie



Des ordures
(ordures ménagère et des entreprises)



L'assainissement vise à protéger la santé et la sécurité de l'homme et de l'environnement.

L'assainissement au sens strict: les eaux usées

L'assainissement est un filière avec 3 maillons :

5

Accès



Accès : améliore les conditions sanitaires des ménages

Evacuation



Evacuation : assure la salubrité du quartier

Traitement



Traitement : réduit la pollution

Espace Privé

Espace Public

La sensibilisation (IEC)

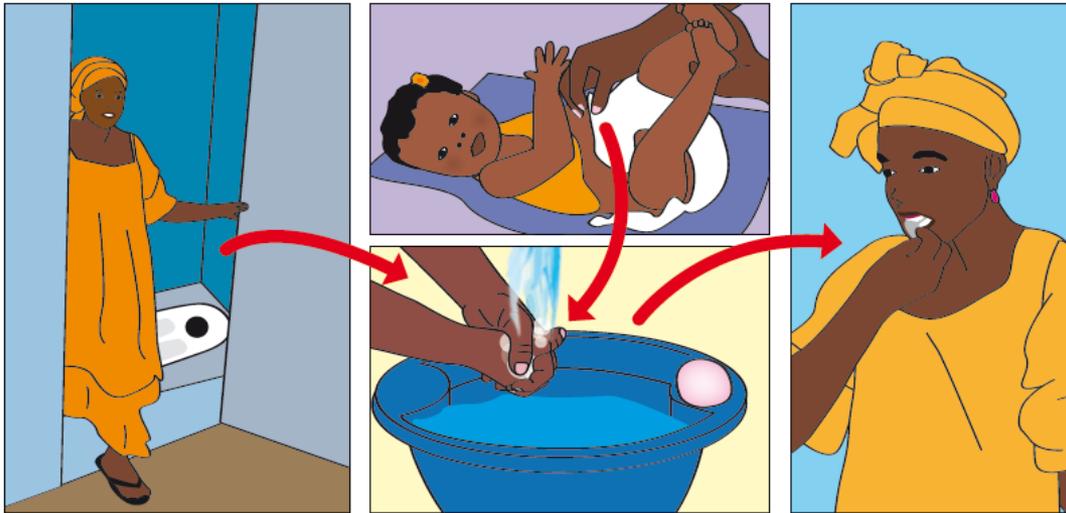
La sensibilisation à l'hygiène vise à améliorer les comportements hygiéniques chez les usagers des services d'eau et d'assainissement.

La sensibilisation à l'hygiène est réalisée par des activités d'information, communication, etc. pouvant prendre des formes très variées: PHAST, ATPC, etc.

Trois pratiques clés permettent de réduire ces risques de manière significative:

- **Le lavage des mains au savon** permet à lui seul d'éviter entre 500 000 et 1,4 million de décès par an (Curtis, Cairncross, 2003).
- **L'accès à un assainissement domestique** approprié réduit de 32% l'incidence des maladies diarrhéiques (Scott, 2006).
- **Le traitement, la manipulation et la conservation hygiénique de l'eau de boisson** contribuent également de manière significative à la santé au sein des foyers.

LOXO YU SET MOY DAQ DOMU JANGORO YI



Des mains propres éloignent les microbes.



Le marketing de l'assainissement

Le marketing de l'assainissement consiste à employer les méthodes issues du secteur privé afin d'améliorer l'offre et de stimuler la demande en matière d'**installations d'assainissement améliorées**.





GRET

Professionnels du
développement
solidaire

Expérimentation en milieu rural au Sénégal

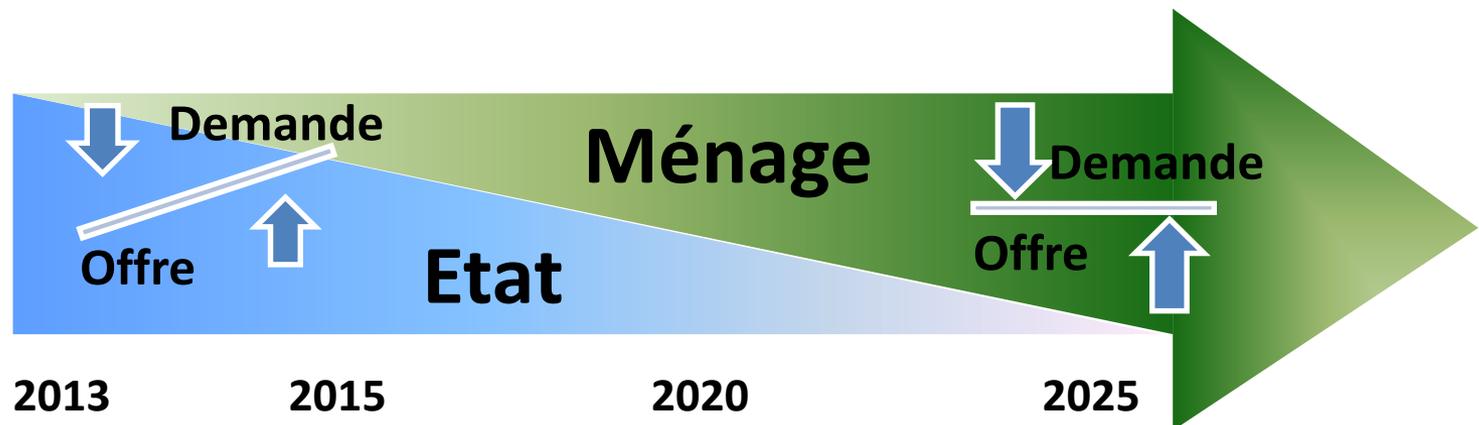
Bilan intermédiaire d'une phase pilote

BASE DE L'APPROCHE SNAR

- Constat des limites que présentent "l'approche projet"
- Constataction de la force de l'autoréalisation (environ 1,5 fois plus d'ouvrages par rapport aux programmes de l'Etat, des CL et des ONGs).

SUBSTANCE DE L'APPROCHE SNAR

Responsabilisation progressive du ménage en parallèle d'une sortie progressive de l'approche projet. En d'autres termes, passer progressivement de l'approche "projet" vers l'approche "marché".



Le Gret et le marketing de l'assainissement

- Des expériences du Gret en Asie (depuis 10 ans), Madagascar (8 ans) Mauritanie (6 ans), Burkina (4 ans)
- **4 projets marketing Gret au Sénégal: Aicha, ASAP, PAFA et ALOIS dans le cadre de la phase pilote de la SNAR (financements UE, ENABEL, Coopération décentralisée)**
- **Trois enjeux:**
 - Prouver la pertinence de l'approche marketing;
 - Adapter la démarche aux spécificités du contexte Sénégalais
 - Tirer des leçons pour capitaliser, diffuser et alimenter le dialogue avec les pouvoirs publics

LOCALISATION DES INTERVENTIONS DU GRET AU SENEGAL

**AICHA 2
2016- 2019**

**PAFA et ALOIS
2016-2019**

**ASAP
2017-2020**

- Légende**
- Eau potable
 - Assainissement
 - Gestion des déchets
 - Formation professionnelle
 - Microfinance
 - Nutrition
 - Filière agricole**
 - Agriculture/CFP
 - Elevage/CFP
 - Limite départementale
 - Limite régionale
 - Limite Sénégal

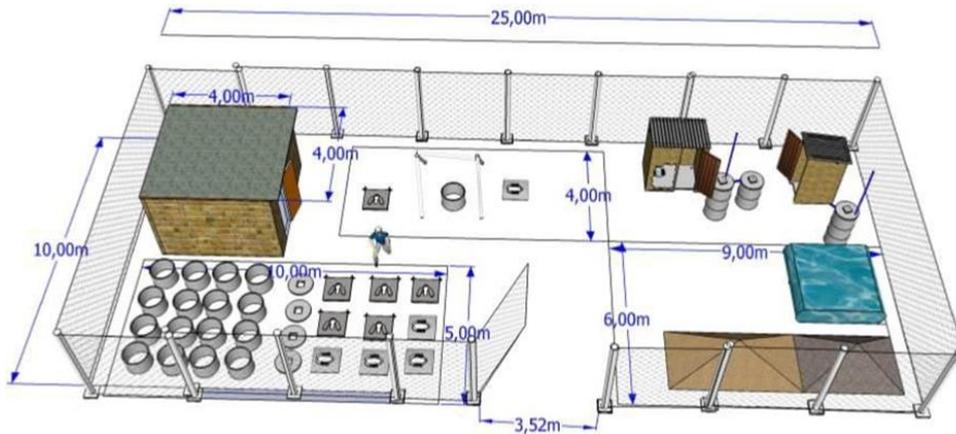


Source : Gre Sénégal
Mise à jour : 08/01/2019
Copyright : 2019

Une philosophie commune

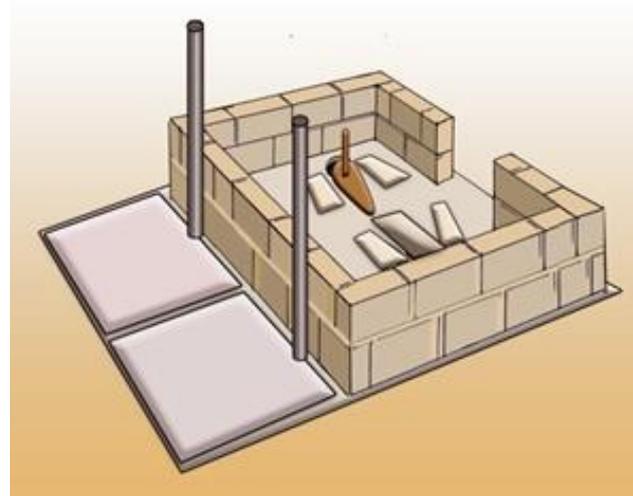
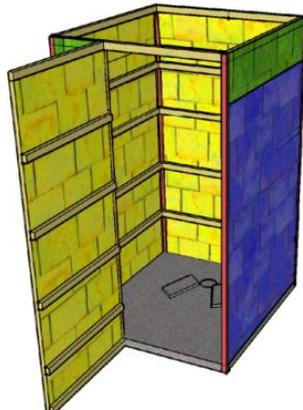
- Appuyer le développement d'un secteur privé local en mesure de vendre durablement des latrines à moindre coût sur la zone: les « sanimarchés »
- La sensibilisation en « préparation de la demande » avant la com' marketing
- La subvention: « stimulant » du marché en phase de démarrage et pour compenser les inégalités (écos, sociales, géographiques)
- Un partenariat/appui institutionnel avec les acteurs publics locaux (SRA, BRH, ARD, communes)

Qu'est-ce qu'un sanimarché?

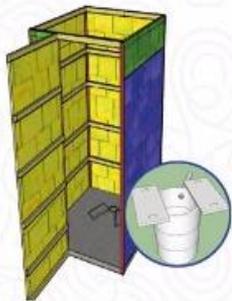


- Un lieu de fabrication de latrines et d'accessoires d'hygiène à faibles coûts
- Un espace qui donne envie aux gens de s'équiper en latrines
- Une activité gérée par un privé qui investit, commercialise, transporte et installe des latrines pour tirer un profit de son investissement

Les modèles techniques



Communication porte-à-porte, radio, TV,...



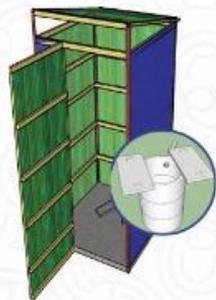
Yeksil

Cabine de 1m/1m10 en plastique bien aéré

Fosse de capacité de 700 l composé de 3 buses en béton armé munie d'une dalle de couverture

Tuyau d'aération en PVC muni d'un grillage anti mouche

Superstructure + Dalle+ Fosse **À 99.000F**



Teranga

Cabine de 1m/1m10 et une toiture en tôle ondulée en plastique haute résistance.

Fosse de capacité de 700 l composé de 3 buses en béton armé munie d'une dalle de couverture

Tuyau d'aération en PVC muni d'un grillage anti mouche

Superstructure + Dalle+ Fosse **À 119.000F**



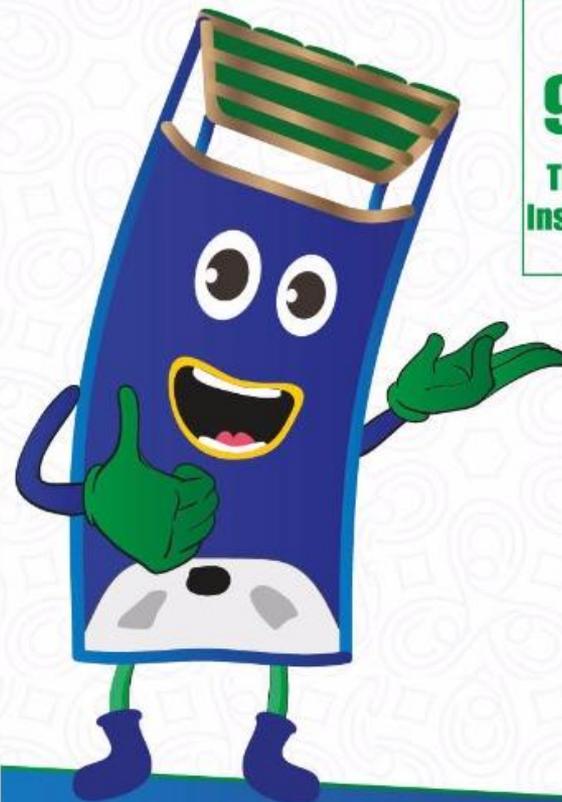
Natangué

Cabine de 1m/1m10 en maçonnerie et toiture.

Fosse de capacité de 700 l composé de 3 buses en béton armé munie d'une dalle de couverture

Tuyau d'aération en PVC muni d'un grillage anti mouche

Superstructure + Dalle+ Fosse **À 199.000F**



À partir de
99.000F
Transport gratuit
Installation gratuite

transport, la pose & service après vente inclus dans le prix

Ak Diamono
danguey am ay wanak you andak Diamono noko beugué, foko beugué, noko meuné

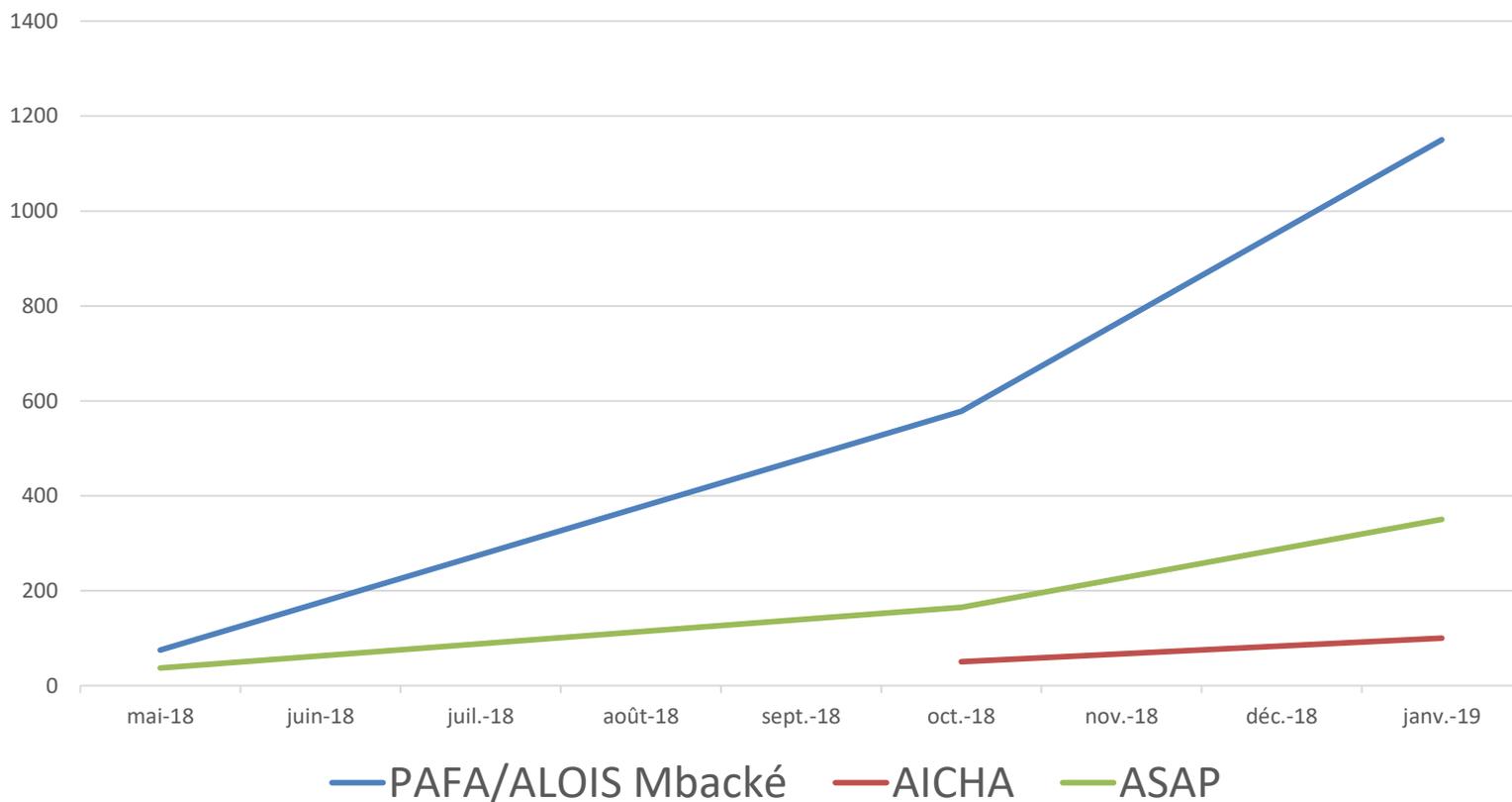
Des subventions

- **A des taux variant de 0 à 95%**

40

- « **Discrètes** » par exemple sous forme de promotions commerciales sur le prix des produits et/ou des cadeaux (1 toilette achetée, 1 kit d'hygiène offert)
- **Dégressives** (pour éviter trop forte dépendance sur le long terme)
- **Ciblées**: réductions supplémentaires pour les plus pauvres, les zones enclavées, les modèles « entrée de gamme »
- **Indirectes**: versées aux opérateurs, non au ménage
- **Au résultat**: plus incitatives, évite l'effet d'aubaine

Evolution des ventes de latrines

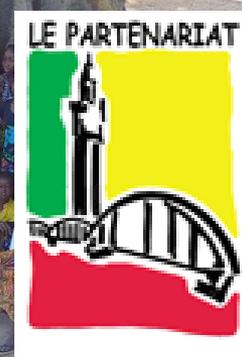


Les premiers enseignements

- Une demande réelle, mais latente
- Le besoin de facilités de financements en plus de la subvention
- Un travail sur le long terme (5-6 ans mini plutôt que 3)
- Un mix de compétences nouvelles à mobiliser
- Une approche qui séduit les élus
- Le marché ne peut pas tout! Un ciblage des subventions pour compenser les inégalités
- Une régulation publique reste nécessaire (suivi contrôle)

Enjeux et perspectives

- Atteindre des objectifs ambitieux sur un temps court....
- Assurer la durabilité post-projet des opérateurs (si possible par une 2^e phase d'accompagnement « light »)
- Pérenniser/institutionnaliser le ciblage social et le suivi par les collectivités
- Développer un « business développement service » (BDS) – en cours à Mada
- Capitaliser et diffuser



eau vive
SENEGAL



Dieure Dief Adjarama Nawari Merci

