



NOTE D'APPRENTISSAGE : Une Stratégie de marché pour des latrines et des produits de lavage des mains améliorés au niger

SEPTEMBRE 2022

Ce noted'apprentissage a été élaboré dans le cadre d'un projet de recherche appliquée initié par le projet PRO-WASH (Pratiques, Recherche et Operations en Eau, Assainissement, et Hygiène) financé par le Bureau pour l'Assistance Humanitaire (BHA) de l'USAID. Ce bulletin donne un aperçu des recherches menées par Population Services International (PSI) et la Fondation PRACTICA, en collaboration avec Hamzari, Girma et Wadata, trois projets de résilience et de sécurité alimentaire (RFSA) financées par le BHA. L'initiative a utilisé des méthodes mixtes pour développer une stratégie de marché pour des latrines et des produits de lavage des mains améliorés dans les zones d'intervention de Maradi et Zinder au Niger. De plus amples informations et des notes d'apprentissage supplémentaires sont disponibles [ici](#).

INTRODUCTION & OBJECTIFS DE RECHERCHE

L'accès durable à un assainissement amélioré reste un défi constant au Niger et dans tout le Sahel où les pénuries d'eau sont inextricablement liées aux faibles niveaux d'améliorations de l'assainissement des ménages. La grande vulnérabilité aux chocs climatiques, la pauvreté persistante, la forte croissance démographique, les normes culturelles et sociales et un environnement peu propice aux investissements dans le domaine de l'eau,

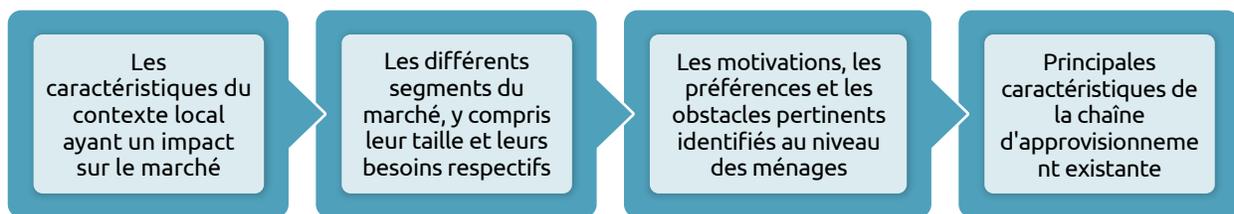
de l'assainissement et de l'hygiène (EAH) expliquent le manque d'améliorations. En 2020, 68% de la population totale et 79% de la population rurale pratiquaient encore la défécation à l'air libre (DAL)¹.

Hamzari, Girma et Wadata, qui font partie de l'Initiative pour le Renforcement de la Résilience au Sahel (RISE) II, visent à améliorer ces situations d'assainissement dans le cadre de leur approche multisectorielle pour améliorer la sécurité alimentaire et la résilience des ménages chroniquement vulnérables. Pour soutenir ces initiatives, PRO-WASH s'est associé à Population Services International (PSI) et à la Fondation PRACTICA pour concevoir une stratégie de développement de marché axée sur l'augmentation de la disponibilité et de l'accessibilité de latrines et des produits de lavage des mains souhaitables, abordables et améliorés dans les régions de Maradi et de Zinder. Ce bulletin d'apprentissage donne un aperçu de la méthodologie de l'étude, des principales conclusions et des premiers résultats des conclusions à ce jour. Ce bulletin peut être utilisé par d'autres partenaires intéressés par la réalisation d'une étude de marché ou par une expansion de leurs approches de marché pour améliorer les résultats en matière d'assainissement.

METHODOLOGIE

La recherche, menée entre octobre 2020 et juillet 2021, a exploré le contexte local, le marché des produits d'assainissement et de lavage des mains et l'environnement commercial. PSI s'est appuyé sur le modèle d'assainissement basé sur le marché de USAID WASHPaLS pour concevoir l'étude. PSI s'est efforcé de développer cette stratégie en explorant des domaines de recherche spécifiques (voir Figure 1).

FIGURE 1: Principaux domaines de recherche

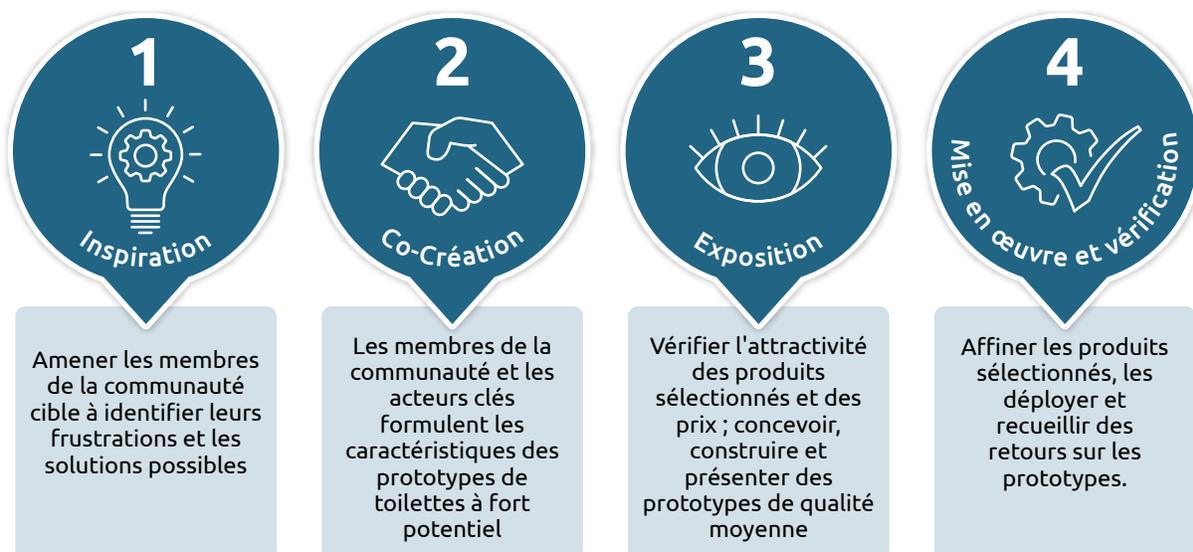


L'étude a utilisé cinq méthodes :

1. Revue de la littérature sur la situation socio-économique et les problèmes d'eau et d'assainissement dans la zone ;
2. Modélisation par système d'information géographique (SIG) en vue de définir des zones homogènes selon des critères déterminés ;
3. Enquêtes auprès des ménages, dans 6 communes à travers les 3 zones d'intervention, incluant 832 ménages ;
4. Enquêtes auprès des acteurs de la chaîne d'approvisionnement, dont 48 opérateurs d'assainissement, 37 opérateurs de lavage des mains et 6 ONG/projets actifs dans la zone d'étude ; et
5. Prototypage de produits à l'aide de la conception centrée sur l'humain pour explorer leur opportunité, leur faisabilité et leur viabilité, sur 4 mois et dans 6 localités (voir Figure 2).

¹ Programme commun de surveillance (JMP) de l'Organisation mondiale de la Santé et du Fonds international des Nations Unies pour l'enfance (OMS-UNICEF). <https://washdata.org/data/household#!/table?geo0=country&geo1=NER>

FIGURE 2: Processus de prototypage



PRINCIPALES CONCLUSIONS

CONTEXTE LOCAL

Les zones d'intervention de RFSA au Niger présentent à la fois des opportunités et des obstacles à l'adoption de latrines et de produits de lavage des mains améliorés (voir Tableau 1).

TABLEAU 1 : PRINCIPAUX FACTEURS CONTEXTUELS DU NIGER

	<p>Contexte politique : Dans l'ensemble, l'environnement politique et juridique est favorable au développement du marché de l'assainissement. Cependant, plusieurs dispositions clés du Programme Sectoriel Eau, Assainissement et Hygiène (PROSEAH) du Ministère de l'Hydraulique et de l'Assainissement, pour développer le marché de l'assainissement à l'horizon 2030, n'ont pas encore été mises en œuvre. Il s'agit notamment de politiques visant à encourager les ménages à installer des toilettes hygiéniques et à en garantir l'accès aux plus vulnérables.</p>
	<p>Environnement : Alors que la proximité du Niger avec le Nigeria permet l'importation des matériaux nécessaires, l'environnement crée également un certain nombre de barrières. Notamment, les sols sablonneux peu cohésifs nécessitent des fosses solides avec des structures de support construites ; les zones sujettes aux inondations ont besoin de toilettes surélevées et le manque de routes secondaires limite l'accès aux segments clés du marché.</p>
	<p>Contexte socio-économique : La forte croissance démographique et l'afflux de réfugiés suggèrent un besoin croissant de solutions WASH. La population majoritairement musulmane est encline à de fortes pratiques d'hygiène en raison des ablutions religieuses régulières ; cependant, les revenus sont très faibles et les ménages dépendent de revenus agricoles <i>saisonniers</i>.</p>
	<p>Segmentation du marché : Cette étude a identifié six principaux segments de marché en fonction de deux facteurs : (1) les pratiques d'hygiène, définies comme la pratique ou non de la DAL ; et (2) le niveau d'urbanisation, qui catégorise les localités en ville, bourg ou village, en fonction du niveau de développement. Les populations cibles sont composées principalement de ménages dirigés par un homme avec des niveaux d'éducation formelle limités et comprennent un large éventail de tailles de ménages. Les utilisateurs actuels de toilettes font tous partie des deux quintiles de richesse les plus élevés, tandis que la DAL est pratiquée dans tous les quintiles de richesse.</p>

TOILETTES AMELIOREES

La demande : Le besoin de toilettes améliorées existe principalement pour les ménages qui pratiquent la DAL en milieu rural (villages et bourgs) et les ménages qui partagent des toilettes améliorées en milieu urbain (villes). Les dépenses moyennes pour les toilettes varient de 23 500 FCFA (37 USD) dans les villages à 37 000 FCFA (58 USD) dans les villes. La tendance à acheter est plus élevée parmi les ménages pratiquant la DAL en raison de l'insatisfaction à l'égard de la DAL. Dans l'ensemble, 80% des clients potentiels se disent « prêts » à payer ou à construire des toilettes améliorées ; cependant, la demande baisse fortement pour les niveaux de prix de 30 000 FCFA (47 USD).

Ménages pratiquant la DAL : Les ménages pratiquant la DAL sont motivés par la honte de pratiquer la DAL, le désir d'avoir des latrines et les difficultés de devoir se déplacer pour se soulager, en particulier pour les femmes enceintes, les personnes âgées et les malades. Peu de ménages sont intéressés à partager une toilette pour réduire les coûts, tandis qu'un tiers sont intéressés par une combinaison latrine/douche et près de la moitié sont intéressés par l'intégration d'une toilette dans leur espace de bain. Alors que la plupart des ménages préfèrent un modèle sans chasse d'eau, 26 à 53% sont intéressés par un modèle à chasse d'eau, avec des préférences plus fortes pour un modèle à chasse d'eau en milieu urbain.

TABLEAU 2 : Caractéristiques des toilettes idéales pour les ménages DAL

CARACTÉRISTIQUES			
Dispose d'une cabine solide (sans paille) avec une porte et un toit	Utilise une interface hygiénique avec un dispositif d'obstruction de type trappe ou clapet.	Comprend une fosse durable qui peut être utilisée pendant plus de 5 ans sans être vidée.	Ne coûte pas plus de 18 000 FCFA (28 USD)

Ménages disposant de toilettes : Les ménages disposant déjà de toilettes expriment un intérêt pour l'amélioration de leur structure et/ou de l'interface des toilettes. Ces ménages préfèrent les interfaces à chasse d'eau. Ils sont prêts à payer en moyenne 17 000 FCFA (27 USD) pour les améliorations.

Approvisionnement : Les acteurs privés de l'approvisionnement (importateurs/grossistes, fabricants de produits en béton) sont concentrés dans les capitales régionales et les grandes villes, et les produits manufacturés proviennent principalement du Nigeria. Les cuvettes en céramique, le ciment, le béton et les tuyaux en PVC sont disponibles dans les capitales régionales et les principales villes. Dans les autres bourgs et villages, seuls les matériaux locaux, tels que le banco (briques de terre), les pierres et la paille de mil, sont disponibles.

Produits potentiels : Les offres locales actuelles comprennent des huttes faites de boue ou de paille, qui n'ont ni toit ni porte, ou qui ont une porte rudimentaire. Dans les zones rurales, la plupart des toilettes sont sans chasse d'eau, alors que 50% sont à chasse d'eau dans les zones urbaines. Cependant, les types de fosses ne varient pas beaucoup selon l'environnement. Une grande partie des ménages disposant de toilettes utilisent des interfaces non hygiéniques telles que des SanPlats sans couvercle ou des modèles traditionnels en bois/banco. Par conséquent, il existe un marché potentiel pour une solution améliorée, qui devrait inclure une option de chasse d'eau. Sur la base de l'analyse de la demande et du processus de co-création, PSI a proposé une variété de solutions qui s'alignent sur les critères identifiés (voir Tableau 3).

TABLEAU 3 : Critères identifiés pour les toilettes améliorées et les solutions proposées

CRITÈRE	✓ Une conception sûre et durable (pour la santé et la sécurité)	✓ Un prix débutant à 9 000 FCFA (14 USD)	✓ Une solution complète à moins de 30 000 FCFA (47 USD)	✓ Différents types pour répondre à des aspirations variées	✓ Produits compatibles avec les pratiques d'hygiène menstruelle
SOLUTIONS	Interfaces avec un couvercle, un rabat ou un siphon en S ; fait de briques, de ciment, de fer et de plastique ; fosses avec support construit	Fournir un catalogue de produits avec les prix de chaque élément spécifique	Utiliser des superstructures en paille installées sur l'espace douche ; les clients assurent l'excavation ; fosses conçues pour un cycle de remplissage de 7 ans	Inclure des interfaces avec des systèmes de chasse d'eau	Les produits d'hygiène menstruelle à usage unique n'étant pas utilisés couramment, des aménagements supplémentaires n'ont pas été nécessaires.

Grâce au processus de conception centrée sur l'humain, les chercheurs ont prototypé et exposé une variété de produits potentiels, dont une cabine de banco, sept interfaces de toilettes différentes, deux fosses, et leur prix approprié (voir tableau 4).

TABLEAU 4 : Produits d'assainissement et prix retenus à l'exposition

				
Cabine Banco (sans porte) (25-30 000 FCFA / 39-47 USD)	Cabine Banco (avec porte) (30-35 000 FCFA / 47-54 USD)	Cuvette SATO incrustée (4 000 FCFA / 6 USD)	Dalle de 1,2 mètre avec cuvette SATO (14 000 / 22 USD)	Interface en PVC avec dalle en béton (18 000 FCFA / 28 USD)
				
Plate-forme SATO avec dalle en béton (23 000 FCFA / 36 USD)	Fosse en banco de 1,7 mètre ³ (20 000 FCFA / 31 USD)	Fosse en pierres de 1,7 mètre ³ (19 000 FCFA / 30 USD)	Fosse avec mélange de banco et de parpaing de 1,7 mètre ³ (28 000 FCFA / 44 USD)	

Les ménages des quatre quintiles supérieurs de richesse devraient pouvoir acheter des toilettes basiques, estimées à 27 000 FCFA / 42 USD, tout en ne dépensant pas plus de 2% de leurs revenus pour les toilettes. Cependant, les ménages du quintile inférieur auraient besoin d'un plan de paiement sur 1 à 2 ans.

Approvisionnement : La chaîne d'approvisionnement repose sur un modèle construit/"faites-le vous-même" dans les environnements urbains et ruraux. Les ménages doivent acheter des matériaux au centre-ville principal, puis installer une case en banco, une dalle Sanplat et une superstructure en banco. Le processus total prend environ 9 à 16 jours et coûte 35 000 à 65 000 FCFA / 54 à 101 USD. Dans les villes, les ménages peuvent accéder aux produits vendus par les maçons locaux et les ONG, mais les intrants préfabriqués ne sont pas disponibles. Les vendeurs ne produisent pas beaucoup de dalles Sanplat et les produits disponibles ne résolvent pas non plus de manière adéquate les problèmes d'odeur, de durabilité ou les risques d'inondation. Le marché actuel n'offre pas un produit complet à un coût abordable qui s'aligne sur les aspirations des clients ou la saisonnalité des revenus disponibles pour la construction. De plus, peu d'importateurs ou de grossistes commercialisent leurs produits, il y a un manque de jeunes entrepreneurs et les ménages ne font pas confiance aux maçons locaux pour fournir de la main d'œuvre.

Financement : Compte tenu de l'insécurité et de la saisonnalité des revenus agricoles couplées aux niveaux de pauvreté, les ménages les plus vulnérables auront besoin de subventions. Cependant, seuls les vendeurs de matériaux de construction offrent actuellement un crédit. De nombreuses institutions de microfinance ont manifesté leur intérêt pour le financement de toilettes dans les zones rurales ; cependant, aucun n'a commencé à octroyer des financements et leur engagement à le faire reste flou. Par conséquent, le financement sera un défi clé à relever pour assurer l'accès à des toilettes améliorées pour les plus vulnérables.

GESTION DES BOUES DE VIDANGE

Demande : Le marché de gestion des boues de vidange se situe principalement dans les villes où il existe des fosses à vider.

Approvisionnement : Les services professionnels vidange ne sont disponibles que dans les capitales régionales et la demande du marché dans les quatre zones urbaines concernées n'est pas encore assez forte pour rendre les services locaux de gestion boues de vidange économiquement viables. Le volume utilisable des fosses proposées devrait permettre une utilisation continue sur un cycle de 4 ans. A la fin de cette période, les ménages pourront soit faire vidanger leurs fosses, soit construire de nouvelles fosses et relocaliser leurs latrines.

PRODUITS DE LAVAGE DES MAINS

Demande : Parmi les ménages qui disposent d'un dispositif de lavage des mains, presque tous utilisent une bouilloire en plastique. Ce dispositif étant largement considéré comme suffisant, le potentiel de vente de dispositifs de lavage des mains installés est très limité parmi ces ménages. Les besoins en dispositifs de lavage des mains sont concentrés dans les villages et les zones reculées, à plus d'un kilomètre d'une route principale. Plus de 90% des ménages utilisent du savon industriel solide pour le lavage des mains. Compte tenu du contexte de croissance démographique rapide et des risques sanitaires liés à la COVID-19, il existe un potentiel de forte augmentation de la consommation de savon.



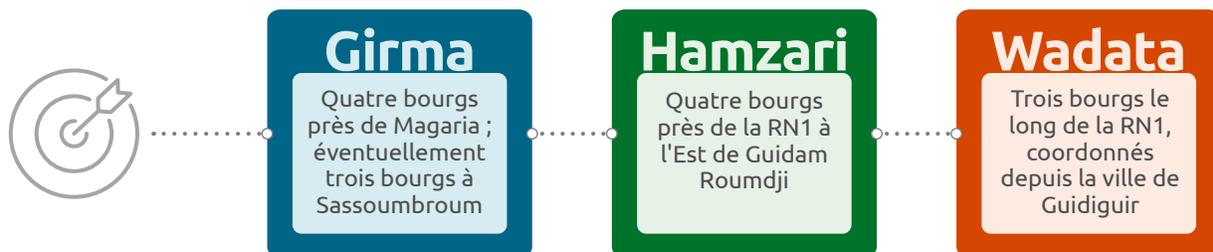
Approvisionnement : Le savon est vendu sur les marchés locaux entre 50 et 200 FCFA (USD \$0,08-0,16) pour 25 grammes, le savon en poudre étant l'option la moins chère. La bouilloire en plastique pour le lavage des mains est vendue entre 500 et 1 000 FCFA / USD \$0,78-1,55, tandis qu'un dispositif de lavage des mains comprenant un robinet coûte 30 000 FCFA / USD \$47. Aucune déficience majeure n'a été identifiée dans la chaîne d'approvisionnement des produits de lavage des mains.

STRATEGIE PROPOSEE

CIBLAGE

PSI et PRACTICA recommandent de cibler les segments de la population ayant une forte concentration de besoins et une volonté de payer. Les deux cibles principales de RFSA sont les ménages vivant dans des villes qui pratiquent la DAL, qui auraient besoin de solutions complètes de toilettes, et ceux qui ont déjà des toilettes, qui auraient des besoins divers pour des éléments spécifiques (voir la Figure 2 pour plus de détails).

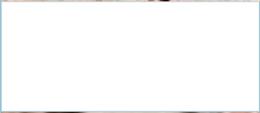
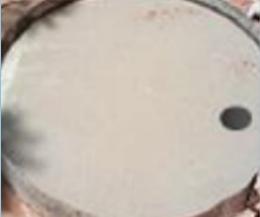
FIGURE 3: Cibles proposées par RFSA



PRODUITS/APPROVISIONNEMENT

Toilettes améliorées : Pour assurer l'approvisionnement en produits, PSI/PRACTICA recommandent d'identifier un point focal dans la capitale régionale ayant la capacité et l'expérience d'importer les cuvettes SATO et les dalles du Nigeria, qui pourra ensuite expédier les intrants dans d'autres localités. Ces intrants devraient ensuite être intégrés dans des toilettes utilisant des matériaux disponibles localement. Cependant, il existe également un marché potentiel pour les produits fabriqués à partir d'intrants déjà disponibles sur le marché local. En règle générale, un ensemble complet de latrines devrait être proposé à un prix inférieur à 30 000 FCFA/47 USD afin que les ménages pratiquant la DAL soient disposés à payer. L'offre de latrines devrait inclure des options de chasse d'eau et de couvercle et des fosses de différents volumes pour tenir compte de la taille du ménage. La conception doit prendre en compte la logistique de la gestion des déchets ménagers, notamment la nécessité de déplacer les dalles, d'étendre et/ou de vider les fosses. Tenant compte des résultats du prototypage, trois interfaces de chasse d'eau manuelle et deux modèles de fosses sont recommandés pour les segments de marché cibles sélectionnés, ainsi qu'un couvercle pour les fosses décalées (voir le Tableau 5 pour des descriptions plus détaillées des produits et le Tableau 6 pour les ensembles recommandés).

TABLEAU 5 : Produits et prix recommandés pour les segments de marché ciblés

PRODUCT	PRICE & LABOR TIME	DESCRIPTION
<p>I1 – Dalle avec cuvette SATO 103</p> 	<p>14 000 FCFA / USD \$22 2 heures</p>	<p>La dalle est utilisable avec une quantité limitée d'eau pour la chasse d'eau. Deux poignées métalliques permettent de la manœuvrer facilement lors du transport. Considérée comme moderne et hygiénique, elle permet d'éviter les odeurs et les insectes.</p>
<p>I2 – Interface avec cuvette de tuyau en PVC</p> 	<p>7 000 FCFA / USD \$11 1 heure</p>	<p>Cette interface à chasse d'eau manuelle est reliée à une fosse excentrée qui doit être couverte (F4). Cela ne nécessite pas beaucoup d'espace et est considéré comme sûr. Tous les matériaux sont déjà disponibles sur le marché local.</p>
<p>I-3 – Plateforme SATO</p> 	<p>12 000 FCFA / USD \$19 Un jour</p>	<p>Cette interface à chasse d'eau manuelle repose sur le sol et est reliée à une fosse excentrée qui doit être couverte (F4). Considérée comme moderne et hygiénique, elle est facile à entretenir.</p>
<p>F1 – Fosse en banco</p> 	<p>20 000 FCFA / USD \$31 Un jour</p>	<p>L'installation complète d'une fosse (excavation et construction) dépend de la densité du sol. L'excavation est à réaliser par les ménages, sinon, il y aura 3 000 FCFA de frais supplémentaires. Les matériaux sont disponibles. Pour l'option banco, un tablier/rebord et un plâtrage seront nécessaires pour assurer la stabilité de la structure, mais elle est considérée comme abordable. La structure en pierre est considérée comme solide et durable.</p>
<p>F2 – Fosse maçonnée en pierre</p> 	<p>19 000 FCFA / USD \$30 Un jour</p>	
<p>F3 – Mètre supplémentaire pour fosse</p> 	<p>25 000 FCFA / USD \$39</p>	<p>Cette option permettra aux foyers d'adapter le volume au nombre d'utilisateurs.</p>
<p>F4 - Couverture</p> 	<p>11 000 FCFA / USD \$17 2 heures</p>	<p>L'évent permet l'évacuation des gaz produits dans la fosse.</p>

Commercialisation et marketing : Le modèle de commercialisation recommandé (voir la Figure 3) comprend le développement d'un système de regroupement des commandes et le recours à des agents commerciaux, le marketing via les radios et la collaboration avec les chefs religieux. Le marketing doit intégrer des messages indiquant que des latrines améliorées peuvent contribuer à renforcer les relations conjugales en réduisant les suspicions qui découlent du fait de quitter la concession la nuit pour aller faire ses besoins. Des agents commerciaux formés et munis de supports imprimés doivent organiser des réunions de groupe et faire du porte-à-porte pour convaincre les ménages d'acheter les produits promus. Ces agents pourraient être des agents de développement communautaire ou des agents de santé communautaire. Les RFSA devront déterminer la rémunération la plus attrayante en testant différents taux de commission.

Livraison : Le modèle de livraison recommandé (voir la Figure 4) implique d'avoir un détaillant près de la ville qui s'approvisionne auprès des importateurs pour tous les intrants manufacturés nécessaires. Au niveau de la ville, les agents commerciaux annoncent les produits et transfèrent les commandes à l'opérateur.

Dans le cas où l'opérateur perçoit trop de complexité dans la réalisation des fosses, le modèle pourrait fragmenter la fourniture du produit avec, d'une part l'interface produite et fournie par l'opérateur et d'autre part un maçon local qui se charge de réaliser la fosse conformément au plan type convenu entre l'agent commercial et le ménage.

Le modèle doit inclure les caractéristiques suivantes (Tableau 7) :

TABLEAU 7 : Principales caractéristiques du modèle de livraison

✓ Inclure la possibilité que la construction soit partiellement réalisée par les ménages.	✓ Assurer la standardisation et la qualité des produits ainsi que la livraison en moins d'un mois	✓ Proposer uniquement des produits/services à des prix qui permettent aux prestataires de services de réaliser une marge
✓ Profiter des matériaux disponibles localement	✓ Limiter le nombre de prestataires avec lesquels un client doit interagir	✓ Faire preuve d'adaptabilité pour le groupage des commandes de produits/services dans des zones plus difficiles à atteindre.

ENVIRONNEMENT COMMERCIAL

Pour créer un environnement favorable, les acteurs des secteurs public, financier, à but non lucratif et privé devront s'impliquer. L'implication des autorités locales sera essentielle pour créer la demande et adapter les réglementations locales. Les solutions de financement doivent être proposées par l'intermédiaire des COGES (comités de gestion) ou des prestataires de services financiers formels. Des solutions de financement supplémentaires adaptées aux besoins de la population cible devront également être identifiées. Il sera également nécessaire de coordonner avec d'autres projets d'ONG dans la région. Les partenaires du secteur privé seront essentiels pour les importations, la production, les ventes et l'installation. Enfin, des formations devront être proposées aux agents commerciaux, aux détaillants, aux autorités et aux ONG.

APPLICATION DES CONCLUSIONS A CE JOUR ET PROCHAINES ETAPES

La collaboration dans le cadre de cette recherche appliquée a donné aux RFSA un point de départ pour développer une feuille de route de l'assainissement basé sur le marché. Cette recherche appliquée a également contribué de manière significative à la cartographie des principales parties prenantes, de la volonté des ménages de payer, ainsi que de la capacité à payer pour les services et produits d'assainissement dans les régions ou communautés ciblées.

Au cours de l'année passée, les RFSA ont utilisé les résultats de l'étude pour informer et guider leurs activités MBS. Par exemple, le SIG et l'exercice de segmentation du marché réalisés par PSI ont permis aux RFSA de développer des activités d'offre et de demande basées sur des données, ainsi que des mécanismes et des stratégies de financement. Les informations sur la taille du marché ont été déterminantes pour les RFSA dans le développement d'une stratégie de commercialisation, y compris la fixation d'objectifs annuels en termes de volume de ventes.

Les RFSA ont utilisé les résultats pour préparer les activités de commercialisation et de marketing autour des produits, de la communication et des ventes. Il s'agissait notamment d'identifier des spécialistes du marketing ou des points focaux pour traiter ces aspects, de tester des noms de produits potentiels (branding) et de développer une stratégie de vente. Les partenaires ont enquêté, discuté et décidé d'un nom de marque et des différents prototypes. Un logo a été développé pour établir la réputation du produit. Les RFSA ont également facilité la formation sur divers aspects de la vente, notamment l'estimation des objectifs de vente, le recrutement et la formation des agents commerciaux, le lancement des opérations de vente, la supervision de l'équipe de vente et le développement des articles de promotion tels que la radio.

A l'avenir, les RFSA continueront à se développer en fonction des expériences et des leçons apprises. Les marchés sont dynamiques et nécessitent une gestion adaptative continue pour maintenir et accroître les ventes et renforcer les partenariats avec le secteur privé. Au cours d'un récent atelier organisé par l'UNICEF et le Ministère de l'Eau, les RFSA ont partagé leurs expériences de mise en œuvre du marketing de l'assainissement. Ce partage entre pairs est également essentiel pour identifier les solutions aux défis restants et les voies à suivre.

Les résultats de cette recherche ont également été utilisés par l'UNICEF Niger pour l'élaboration de l'appel d'offres relatif à leurs activités d'assainissement basé sur le marché. L'UNICEF s'appuie sur les recherches menées par PRO-WASH, plutôt que de les dupliquer, ce qui peut contribuer à l'harmonisation et à l'élargissement des solutions d'assainissement basé sur le marché.

RESSOURCES SUPPLEMENTAIRES

Les notes d'apprentissage et les ressources suivantes ont été produites sur la base de cette recherche :

- [Comment utiliser la conception centrée sur l'humain pour les produits d'assainissement](#)
- [VIDEO : Conception centrée sur l'humain pour un assainissement basé sur le marché](#)
- [Comment évaluer la taille d'un marché de l'assainissement et le segmenter](#)
- [VIDEO : Comment calculer la taille du marché de l'assainissement et le segmenter](#)
- [Comment renforcer les stratégies d'assainissement basé sur le marché à l'aide d'un système d'information géographique](#)
- [VIDEO : Comment renforcer les stratégies d'assainissement basé sur le marché à l'aide d'un système d'information géographique](#)

A PROPOS DE PRO-WASH

Le projet Pratiques, Recherches et Opérations en Eau, Assainissement et Hygiène est une initiative financée par le Bureau pour l'Assistance Humanitaire de l'USAID (BHA) et dirigée par Save the Children. PRO-WASH vise à fournir un soutien aux partenaires de mise en œuvre afin de renforcer la qualité des interventions WASH à travers le renforcement des capacités, le partage des connaissances et des opportunités de recherche WASH appliquée.

Nicole Weber, Directrice de PRO-WASH

nweber@savechildren.org

<https://www.fsnnetwork.org/PRO-WASH>

A PROPOS DE GIRMA, HAMZARI ET WADATA

Il existe trois activités de sécurité alimentaire et de résilience (RFSA) financées par le Bureau d'aide humanitaire de l'Agence des États-Unis pour le Développement international au Niger. Dans le cadre de l'Initiative pour le Renforcement de la Résilience au Sahel (RISE), les RFSA au Niger sont : Girma dans la région de Zinder, mis en œuvre par Catholic Relief Services ; Hamzari dans la région de Maradi, mis en œuvre par CARE ; et Wadata dans la région de Zinder, mis en œuvre par Save the Children. Les RFSA visent à relever les défis critiques en matière de sécurité alimentaire, de nutrition et de pauvreté, et à améliorer la résilience des ménages et des communautés.

A PROPOS DE PSI

Population Services International (PSI) est une organisation mondiale à but non lucratif qui utilise les attentes des consommateurs pour améliorer les marchés de produits et services de santé bon marché, désirables et de haute qualité, afin de parvenir à une couverture sanitaire universelle, y compris des installations sanitaires sûres.

<https://www.psi.org/about/>

A PROPOS PRACTICA

La Fondation Practica est une organisation de conseil à but non lucratif dont la mission est de renforcer les compétences et les outils dans les pays à revenu faible et intermédiaire dans les domaines de l'approvisionnement en eau en milieu rural, de l'irrigation, du développement des eaux souterraines et de l'assainissement.

<https://www.practica.org/>

Ce note d'apprentissage est rendu possible grâce au soutien généreux du peuple américain par le biais de l'Agence des États-Unis pour le Développement International (USAID). Le contenu est la responsabilité de PRO-WASH et ne reflète pas nécessairement les opinions de l'USAID ou du Gouvernement des États-Unis.