

Thème : le marketing de l'assainissement, quelle réalité en Côte d'Ivoire ?

Ordre du jour

- 1- Présentation du réseau projection
- 2- Causerie débat

Le samedi 18 Avril 2015, s'est tenue de 16h à 19h00 à la piscine de Bingerville une rencontre d'échange du réseau projection section Côte d'Ivoire, sur le marketing de l'assainissement.

Après les civilités, et les présentations de tous les participants, N'GUESSAN André Vice-président du réseau Projection et initiateur de cette rencontre a présenté les objectifs de cette rencontre.

Mme Keller Béatrice a par la suite fait une brillante présentation sur le thème de la rencontre:

Pour elle si le marketing se définit comme l'ensemble des études et des actions qui concourent à créer des produits satisfaisant les besoins et les désirs des consommateurs et à assurer leur commercialisation dans les meilleures conditions de profit. Il s'agit de faire de certains ouvrages d'assainissement autonomes (latrines par exemple) des produits commerciaux qui répondent aux aspirations des populations. Des latrines à faible coût ne sont pas forcément de mauvaise qualité. Il faut donc pouvoir construire des latrines améliorées à faible coût par exemple. On pourra pour ce faire intégrer les matériaux locaux.

Pour atteindre ces objectifs, les questions d'assainissement ne doivent plus être traitées par les seuls spécialistes ou techniciens dans ce domaine. Mais pour elle, il faudra associer des commerciaux qui ont une connaissance avérée des techniques commerciales donc du marketing.

Suite aux remerciements du Président, Mme Keller a pris congé de l'assemblée après la photo d'ensemble.

1. Présentation du réseau

La présentation du réseau a été effectuée par le N'GUESSAN André. Il a indiqué que « le réseau projection » est un réseau de jeunes professionnels (de 2 à 10 ans d'expériences) des services des secteurs essentiels (eau, assainissement, déchets solides, énergie, mobilité). Créé en 2009 suite au constat d'une sous représentativité des jeunes dans ces secteurs essentiels. Ce réseau fait appel aux jeunes exerçant

dans le domaine de la recherche, des bureaux d'études, dans les organisations internationales dans le secteur public et privé.

L'objectif principal selon l'orateur est de participer au transfert d'expériences intergénérationnel par l'animation de débats, d'échanges internet et de rencontres. Il a ensuite présenté les projets et événements passés et futurs auxquels participe le réseau.

Cette brillante présentation a été suivie de quelques questions :

- Togola Lacina a voulu savoir si le réseau avait un bureau dans chaque pays où étaient présents des membres, avant de terminer sur la question du financement du réseau ;
- Cangha Fortunat a voulu savoir si les activités du réseau n'étaient pas similaires à celles du réseau des jeunes professionnels de l'eau.

En réponse à ces questions, le Président a souligné que pour le moment il existe deux équipes, une située à Paris (France) et une autre à Ouagadougou (Burkina Faso). Il en a profité pour revenir sur la gouvernance du réseau qui est constitué d'un bureau de quatre membres, d'un Conseil d'Administration de sept membres, d'une Assemblée générale de 32 membres. Aussi, a-t-il rappelé que le réseau est financé et soutenu par des parrains tels que l'AFD, PS eau, Veolia water et par des partenaires (SIAAP, le ZIE, ONEA, Water Aid...).

Il a, par ailleurs, souligné que le réseau des jeunes professionnels de l'eau était différent du réseau projection de par son objectif, son financement et son mode de fonctionnement.

2. Débat

La causerie débat a débuté par un exposé du président portant sur le thème « le marketing de l'assainissement, quelle réalité en Côte d'Ivoire » à la fin de cette présentation 5 points ont été dégagés autour desquels la causerie a été menée, à savoir :

- Incitations à la demande de l'assainissement amélioré en milieu rural ;
- Quel type de latrines en milieu rural (avoir une diversité d'installations individuelles en fonction des bourses mais qui soient à la base améliorées) ;
- Quelle main d'œuvre pour la construction des latrines et quel renforcement de capacité (Artisans d'assainissement avec des rayons d'actions, Catalogues de modules de formation et de d'ouvrages) ;
- Quel marketing social / Communication sur l'assainissement en milieu rural ;
- Quel marketing commercial / Quelle politique d'approvisionnement des matériaux (ciment, tôle, bois, conduite PVC, réceptacle (cuvette de WC).

Il ressort des échanges des recommandations ci-après :

- définir et normaliser une gamme diversifiée d'installations individuelles (mais surtout améliorées) qui prennent compte des différentes bourses ;
- délimiter des zones d'influence des artisans locaux immatriculés sur la base de diplômes délivrés par les autorités compétentes pour mieux les organiser ;

- élaborer un catalogue comprenant l'ensemble des caractéristiques conceptuelles et techniques des installations d'assainissement non collectif normalisées, qui sera vulgarisé auprès des artisans ;
- tenir compte des diversités culturelles et impliquer d'avantage la population locale en ce qui concerne le choix des latrines ;
- renforcer les capacités des petits opérateurs du secteur (maçons, vidangeurs) sur la base de catalogues de modules de formation ;
- mettre l'accent sur certains leviers (avantages économiques) qui inciteraient les populations à adhérer pleinement à l'assainissement ;
- mettre l'accent sur la valorisation des sous-produits de l'assainissement, sur la création d'emplois et de richesse.

Tous les points à l'ordre du jour ayant été débattus, N'Guessan André a levé la séance à 18 h 30 min.

Il s'en est suivi un « alloc party » qui a pris fin vers 19 h.

Le Rapporteur : Dr. Sandotin COULIBALY

Annexe : Liste de présence