

SYNTHESE DE LA VISITE DE TERRAIN A BOROMO

QUESTIONS ADRESSEES AUX RESPONSABLES DU PROJET SANYA KAGNY SUR LE TERRAIN, MOUMOUNI OUEDRAOGO ET MARION SANTI DU GRET :



■ QU'EST-CE-QU'UN SANI MARCHÉ ?

Sanimarché c'est :

- Un lieu de fabrication, d'exposition et de ventes de latrines hygiéniques
- Un lieu qui donne envie aux ménages de s'équiper et d'acheter des latrines
- Un lieu géré par un opérateur privé local qui fabrique, vend, transporte et installe les latrines chez les ménages

■ COMBIEN DE SANI MARCHES EXISTENT DEJA?

Il y a au total 4 boutiques réparties dans deux communes à Poura et Fara, dans la zone de Boromo, au Burkina Faso. Ces boutiques desservent au total 32 villages dont 7 à Poura et 25 villages à Fara.

■ COMMENT AVEZ-VOUS RECRUTE LES OPERATEURS QUI GERENT LES BOUTIQUES SANI MARCHÉ ?

Nous avons lancé le projet en décembre 2014 et le recrutement des opérateurs a été réalisé en janvier 2015. Nous avons lancé un dossier d'appel d'offre où nous avons définis un certain nombre de critères de sélection.

Les principaux critères de sélection de l'opérateur étaient :

- Le profil entrepreneurial de l'opérateur : Chaque opérateur devait avoir déjà une ou plusieurs activités commerciales.
- La capacité d'investissement de l'opérateur au démarrage (Espace de production, local pour la boutique, Matériel) car le projet les appuie seulement avec les équipements pour la fabrication des buses.

Exemple du profil d'un opérateur de Poura :

M. NABIE est commerçant et agriculteur. Il possède une quincaillerie, deux camions et un tracteur. Il produit actuellement toutes les latrines sur son site et les livre à ses clients avec son tracteur.



■ COMMENT COLLABOREZ-VOUS AVEC CES OPERATEURS ?

On appuie ces entrepreneurs dans le lancement d'une nouvelle activité commerciale : la vente de latrines. **C'est le business qui prime, on ne parle plus de projet avec eux!**

Le système de l'approche est un système basé sur le marketing de l'assainissement. Dans ce cas précis on opère avec des « subventions cachées » qui permettent à l'opérateur de faire des promotions sans que les clients sachent que leur latrine a été en partie subventionnée.

Les opérateurs gèrent la production et la vente des latrines et on continue à les appuyer dans la mise en place de leur stratégie marketing.

▪ QUEL EST LE PRIX DE LA LATRINE ?

Le prix de la latrine est **40 000 FCFA**. Au lancement on a fait une promotion de la latrine où on proposait la latrine à **10 000 FCFA** pour les 100 premiers ménages inscrits dans chaque boutique. A noter que les ménages ont été informés du prix réel de la latrine. On va continuer à faire la promotion de ces latrines de façon dégressive jusqu'à zéro subvention : prochaine campagne la latrine à 20 000F, puis à 30 000F jusqu'à son prix réel 40 000F. Actuellement la contrepartie est supportée par le projet et elle est versée sur le compte des opérateurs pour chaque latrine vendue.

▪ QUELLE EST LA CONTRIBUTION DES MENAGES A PART LES 40 000 FCFA ?

Les ménages creusent la fosse et c'est à eux de construire la super structure !
Nous intervenons dans une zone qui précède un autre projet (Sani Faso) dont la construction des latrines était à 100% subventionnée. Cependant dans certains ménages on remarque des ouvrages qui n'ont pas été achevés... A l'inverse, dans le cas des Sani marchés, on constate que lorsque le ménage finance sa latrine, il va jusqu'au bout. Après la pose de la latrine (dalle + buses), quelques jours après, on trouve déjà la super structure en place et les toilettes opérationnels.

▪ QUI GERE LA RELATION CLIENT ?

C'est l'opérateur qui gère la relation client. Ils ont été formés pour faire le service après-vente. Chaque opérateur (commerçant) dispose d'un superviseur et de commerciaux qui font la promotion des latrines dans les villages.

▪ EST-IL POSSIBLE QU'UN OPERATEUR EN DEHORS DE VOTRE ZONE DE PROJET PUISSE BENEFICIER DE L'ASSISTANCE DU GRET POUR CREER UN SANI MARCHÉ ?

D'abord il faudra que cet opérateur supporte tout l'investissement nécessaire. Ensuite, pour pouvoir utiliser le logos des Sani marchés, il doit verser une franchise par latrine vendue.

▪ COMMENT FAIRE POUR QUE LES MENAGES ACHETENT LES LATRINES MEME SANS SUBVENTIONS ?

L'opérateur va utiliser le capital de notoriété lancé par le projet même quand le projet sera terminé, il gardera cette notoriété. (S'il fait bien son travail !)

QUESTIONS ADRESSEES AUX OPERATEURS

✚ *Est-ce que cette activité est rentable ?*

Elle est rentable mais on n'a pas suffisamment de marge selon M Nabié de Poura. Cependant nous avons été informés par le responsable marketing du Gret que ces opérateurs ont une marge d'environ 4000 FCFA/Latrine.

Pour un second opérateur, M. Barry, à Fara, cette activité est rentable à partir de 30 latrines vendues par mois. Actuellement il en vend une quarantaine.

✚ *Comptez-vous continuer cette activité après le départ du projet ?*

Si la demande est là, on va continuer cette activité.

✚ *Quelles sont vos relations avec les autres opérateurs ?*

On a de bonnes relations entre nous. On échange souvent sur l'avenir de notre activité.

✚ *Quelle est le niveau de satisfaction de vos clients ?*

Nos clients sont très contents de notre service surtout au niveau de la qualité et de la rapidité de l'exécution du marché une fois la demande émise.

✚ *Les informez-vous sur l'usage de la latrine, l'entretien, la vidange ?*

Non.

✚ *Qu'est-ce que vous envisagez pour pérenniser votre activité ?*

Nous allons continuer à :

- Rendre un service de qualité
- Investir d'avantage dans la publicité
- Exploiter la notoriété déjà acquise avec ce projet

Plus d'infos sur le projet :

<http://www.gret.org/projet/sanya-kagni/>

