

4, 5 & 6 JUN 2015
OUAGADOUGOU



Atelier international Jeunes Professionnels

LE MARKETING DE L'ASSAINISSEMENT EN MILIEU URBAIN



projection

PROFESSIONNELS JUNIORS EN ACTION

1– POURQUOI UN ATELIER D'ÉCHANGES SUR LE THEME DU "MARKETING DE L'ASSAINISSEMENT" ?

LE « MARKETING DE L'ASSAINISSEMENT », C'EST QUOI ?

Le marketing de l'assainissement utilise des informations clés provenant des diagnostic et études de terrain pour élaborer les messages et les canaux de communication du marketing social qui **atteindront et persuaderont les ménages individuels d'investir dans l'assainissement amélioré**. En même temps, l'approche adapte les méthodes du marketing commercial pour **atteindre et informer les consommateurs et aider les entreprises** de l'assainissement à **introduire, promouvoir et vendre leurs nouveaux produits et services**. (Déf. Unicef)

C'est pourquoi depuis quelques années, de plus en plus d'institutions, en particulier les ONG et les bailleurs internationaux, s'intéressent au marketing de l'assainissement pour **développer un marché** qui corresponde aux besoins des populations et ainsi **pérenniser les actions** mises en place.

POURQUOI UN ATELIER JEUNES PROFESSIONNELS ?

Projection est une plateforme internationale d'échanges et de débats destinée aux **professionnels juniors** (2 à 10 ans d'expérience) impliqués dans les **services urbains essentiels** des pays en développement. Elle regroupe plus de **600 membres**. Depuis sa création, Projection développe régulièrement des activités réseau en **Afrique de l'Ouest** (rencontres thématiques, visites de terrain, ateliers internationaux) où sont basés la moitié de ses membres.

Le marketing de l'assainissement est un domaine d'activité relativement nouveau qui suscite de multiples interrogations : **quelles sont les méthodes et perspectives de cette approche ? Les résultats des premiers projets mis en place sont-ils satisfaisants ? Dans quelle situation est-il pertinent d'utiliser ces méthodes ? Quelle complémentarité avec les méthodes de sensibilisation stimulant la demande ?**

C'est pourquoi le réseau Projection organise un atelier international afin **d'engager la réflexion et les débats** sur cette **thématique innovante** et permettre aux jeunes professionnels de renforcer leurs **capacités et leurs connaissances** dans ce domaine.

L'atelier de Ouagadougou permettra de **poursuivre les réflexions** engagées lors des ateliers sur « **Le financement des services d'assainissement liquide dans les villes ouest-africaines** » (Abidjan, 2013) et « **Les petits entrepreneurs privés dans l'accès à l'assainissement** » (Ouagadougou, 2012).

2– LES OBJECTIFS DE L'ATELIER :

1. **Mieux appréhender les enjeux** du marketing de l'assainissement
2. **Renforcer ses connaissances** (grâce aux échanges avec des experts, des visites de terrain et les interactions avec d'autres participants)
3. **Partager ses expériences** (les idées issues de l'atelier seront relayées auprès des professionnels de l'assainissement et pourront être intégrées dans des projets de terrain)
4. **Renforcer son réseau professionnel** (à travers les différentes activités proposées durant et après l'atelier pour faciliter les échanges entre les jeunes professionnels).

3– PROGRAMME PRÉVISIONNEL DE L'ÉVÉNEMENT :

| | JEUDI 4 JUIN | VENDREDI 5 JUIN | SAMEDI 6 JUIN |
|-------------|--|--|---|
| 9h | Ouverture officielle du séminaire | Comment fixer les prix des produits de l'assainissement ? | Renforcement de capacités des acteurs dans le marketing de l'assainissement |
| 9h15 | Le marketing de l'assainissement, <i>c'est quoi??</i> | | |
| 10h45-11h00 | <i>Pause Café</i> | <i>Pause Café</i> | <i>Pause Café</i> |
| 11h-12h45 | Le marketing de l'assainissement en pratique : <i>Comment ça se passe sur le terrain ?</i> | Quelle communication et utilisation des TIC* dans le marketing de l'assainissement ? | Perspectives dans le MA** : Echanges de pratiques entre les participants |
| 13h-14h | <i>Pause Déjeuner</i> | <i>Pause Déjeuner</i> | <i>Pause Déjeuner</i> |
| 14h30-16h00 | Speednetworking | Visite de terrain des magasins de l'assainissement | Restitution de l'échange de pratiques entre les participants |
| 16h-16h15 | Pause Café | | Cérémonie de clôture |
| 16h15-18h00 | Le marketing de l'assainissement, ça ne s'improvise pas! | | Fin de l'atelier |
| 19h | <i>Diner</i> | <i>Diner</i> | |
| 20h | Soirée récréative | | |

* Technologies de l'Information et de la Communication

** Marketing de l'Assainissement

4– PRÉSENTATION DES SESSIONS :

LE MARKETING DE L'ASSAINISSEMENT, C'EST QUOI?

Intervenants : Gret / IDE / IRC

Session interactive « **Info/Intox** » pour déjouer les idées reçues sur le marketing de l'assainissement et débattre de sa définition!

LE MARKETING DE L'ASSAINISSEMENT, EN PRATIQUE !

Intervenants : ACF/ WaterAid/ GRET

Comment ça se passe sur le terrain ? 3 projets de marketing de l'assainissement vous seront présentés : Les étapes du projet, la démarche marketing globale, les enjeux, les défis, les faiblesses et les opportunités de ces projets vous seront dévoilés. Un temps d'échanges est prévu avec les acteurs de ces projets qui attendent vos questions et suggestions car ces 3 projets sont en cours de réalisation.

SPEEDNETWORKING : QUI EST QUI ?

Intervenants : Vous

Le speednetworking est un temps où les participants échangent à deux pendant 8 min pour apprendre à se connaître, « briser la glace » et échanger rapidement sur ses expériences en matière de Marketing de l'Assainissement.

LE MARKETING DE L'ASSAINISSEMENT : ÇA NE S'IMPROVISE PAS!

De la recherche à la stratégie

Le marketing ne se limite pas uniquement à des actions de vente, de publicité ou de communication !

Invités : *Entrepreneurs du monde/ONEA/ACF*

Débat : Dans le contexte du marketing social, comment procède-t-on à la segmentation du marché ? Comment arriver à une adéquation entre offre et demande ? Comment mieux répondre à la demande et éviter la standardisation ? Comment effectuer un ciblage ?

LE MARKETING MIS A NU : LES 4 P (PRODUCT/PRICE/PLACE/PROMOTION)

Invités : IDE/ ACF/Association des vidangeurs manuels de Ouagadougou

Débat sur la tarification des services/produits proposés par le Marketing de l'Assainissement. Comment fixer les prix des produits de l'assainissement ? Comment ajuster le curseur pour avoir un prix accessible et en même temps rentable ? Quelles sont les propositions actuellement ? Comment rendre l'assainissement accessible à tous ?

QUELLE COMMUNICATION ET QUELLE UTILISATION DES TIC AU SERVICE DU MARKETING DE L'ASSAINISSEMENT : CE N'EST PAS UNIQUEMENT DE LA SENSIBILISATION !

Intervenants : AKVO/IRC/ Ticanalyse bureau d'étude

Présentation /Débat sur l'utilisation des TIC pour développer le marketing de l'assainissement.

Est-ce-accessible à tous ? Ne cède-t-on pas à la mode du « tout mobile » ?

VISITE DE TERRAIN

Visite des boutiques d'assainissement de WaterAid et/ou entreprise de traitement des sous-produits de l'assainissement d'ACF***.

LE RENFORCEMENT DES CAPACITÉS POUR LE MARKETING DE L'ASSAINISSEMENT

Intervenants : Gret/ CEMEAU/ Agents communaux/ réseau Projection

Présentation /Débat : Comment s'effectue le renforcement de capacités des acteurs en marketing de l'assainissement ? Les gérants de boutiques ? Les artisans, petits entrepreneurs privés ? A quels niveaux ? Peut-on former tous les acteurs de la chaîne au marketing de l'assainissement ? A quel moment fait-on appel à un chargé de marketing ?

*** Action Contre la Faim

PERSPECTIVES DANS LE DOMAINE DU MARKETING DE L'ASSAINISSEMENT

Echanges de pratiques entre les participants et restitution

Au sein de groupes de travail, chaque participant évoque son expérience personnelle sur une question donnée, puis un débat est lancé afin d'identifier des pistes de réponses. En séance plénière, les résultats des groupes sont présentés et discutés. Cette méthode d'échange de pratique est un « accélérateur de montée en compétence » qui s'appuie sur les échanges entre pairs, l'intelligence collective, et les exemples donnés par les autres.

Les participants seront répartis dans des sous-groupes thématiques:

- ◆ « Comment assurer la pérennité des résultats du marketing de l'assainissement ? » (création de marché sur le long terme, type de produits à offrir, les méthodes et difficultés ...)
- ◆ « Comment s'appuyer sur la segmentation de la population à travers le marketing de l'assainissement et proposer des services à toutes les tranches de la population ? »
- ◆ « Quelles stratégies de marketing de l'assainissement peuvent-être mises en place au niveau communal ? »
- ◆ « Comment utiliser le marketing de l'assainissement pour promouvoir l'entretien et la bonne utilisation des installations et pas seulement l'offre en assainissement ? »

5– CAPITALISATION

Les échanges et interventions seront retranscrits dans **un rapport** envoyé aux participants, aux membres du réseau Projection (+ de 600 membres) et aux partenaires. Il sera également diffusé sur notre **site Internet** www.reseauprojection.org et sur celui **des partenaires** qui le souhaitent.

D'autres outils du réseau Projection pourront être mobilisés pour poursuivre la réflexion sur ce thème et aboutir à des **productions/ouvrables** (documentation sur le site Internet, article dans la lettre d'information du réseau, rencontre thématique, groupe thématique, conférence électronique etc.).

6– CONTACT

Félicie KAMBOU GUIARD

Responsable d'antenne Afrique de l'Ouest du Réseau Projection

f.kambou-guiard@reseauprojection.org

(+226) 74 79 78 04

(+226) 72 55 11 76

Pour toute autre information :

info@reseauprojection.org

+33(0)1 41 20 18 19

Pour suivre toute l'actualité du réseau et du secteur :

www.reseauprojection.org



[Inscrivez-vous ICI !](#)