



unicef 
ho an'ny ankizy

Projet WASH MBS dans le sud de Madagascar

15-01-26

iDE Powering
entrepreneurs
to end poverty.


PRACTICA

 **RUNWAY
CONSULTING**
WE HELP PEOPLE BUILD B

Rappels et avancements sur le Projet WASH-MBS

Le Projet WASH-MBS SUD

Période : Oct 2025 - Avril 2026

unicef 
ho an'ny ankizy

L'accès des populations du sud
à l'assainissement basique est amélioré

Des écosystèmes inclusifs et durables

Les ménages
modifient leur
comportement et
investissent dans des
solutions adaptées

Des entreprises
viabiles offrent des
solutions
accessibles,
désirables et
durables

Une synergie accrue des acteurs

Des mécanismes
innovants d'accès et
facilitation de
financement sont
développés

La coordination et
l'efficacité des
interventions des
acteurs locaux sont
renforcés

IDE Powering
entrepreneurs
to end poverty.


PRACTICA

 **RUNWAY
CONSULTING**
WE HELP PEOPLE BUILD BI

Compréhension de la demande

Etudes HCD et enquête baseline réalisés

- Conduite d'entretiens qualitatifs HCD auprès de ménages dans les chefs-lieux et quelques communes rurales

Région	Communes urbaines	Communes rurales (3 par region)
Atsimo Andrefana	25	24
Atsimo Atsinanana	17	12
Anosy	25	28
Androy	23	20
Total	90	84

- Enquêtes quantitatives dans les chefs-lieux

Tuléar	210
Farafangana	100
Taolagnaro	114
Ambovombe	102
Total	526



Activation de la demande

- ❑ 40 premiers agents de vente recrutés et formés à des techniques innovantes :
démarrage effectif des ventes le 1er Dec 2025



- ❑ 40 agents de vente additionnels en cours de recrutement

Chantier LBO



Installation au niveau menage



Photos equipes

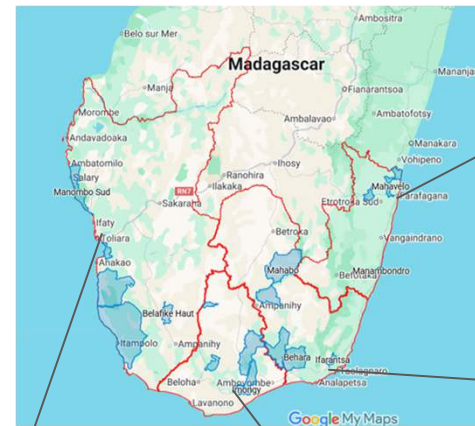


Activation de l'offre

☐ Identification de TPME fabricants de latrines

Taolagnaro	8	3 Eses formelles, 3 artisans et 2 maçons)
Farafangana	10	5 Eses de construction, 5 TL, 1 maçons et fournisseurs buses
Tuléar	7	5 Eses de construction, 1 Association de vente et construction toilette, 1 vendeur de matériaux
Ambovombe	11	3 Eses de construction, 4 tacherons, 4 maçons

☐ Sélection puis conventions de partenariat signées avec 15 TPME



Activation de l'offre

- ❑ Conception puis prototypage d'une gamme de produits adaptés au marché
Les prix (hors superstructure) varient de ~ 75000Ar à 305000 Ar

- ❑ Formations et accompagnement de proximité des TPME partenaires

- Formations techniques
- Mise à disposition de satopans

Toilettes

Produit	P1	P2	P3	P4
Nom	Sato	Dalle Sato	Latrine Sato	Latrine Sato à buses
Type	Upgrade dalle béton	Dalle simple avec Sato	P2 + fosse simple consolidée	P2 + buses
Aperçu				

Les premières ventes sont enregistrées

☐ 115 ventes réalisées 1 mois et deux semaines

Tuléar	
Farafangana	
Taolagnaro	85
Ambovombe	30
Total	115

- Un taux de conversion dépassant 15%
- Mais > 90% en paiement échelonné
- Nombre de toilettes posées : 4

Modèles les plus vendus :

- P1 : incrustation Sato sur dalle existante
- P4 : plateforme satpanisée + 2 buses

Plannification et Defis 2026

1. Stimulation de la demande

1.1. Recrutement TL/LBOADV/ (communication et outils de vente

Declenchement communautaire/TA

Formation des ADV en CLTS ,Marketing et technique de vente

Campagne de communication

Appui à la gouvernance au niveau commune

2. Activation de l'Offre (/Appro

Mise en place des points de vente

Formation en education financiere

- Activité de promotion via annonce ou spot radio

- Système d'avance: matériaux, matériels - avec remboursement

Segmentation de l'offre par zone(definis avec les communes à l'interieur)

Analyse de cout de revient(Materieux, transport,imprevus)

Plannification et Defis 2026

3. Mecanisme financier

Appui et mise en place VSLA et mise relation avec IMF

Atelier de coordination avec les ong de mise en place VSLA /Implication responsable nationale

Facilitation de l'effectiviter de faciliter de paiment(LBO/menages)

Formation des acteurs clés : AV,AC,Pdt fkt, CF,TL...

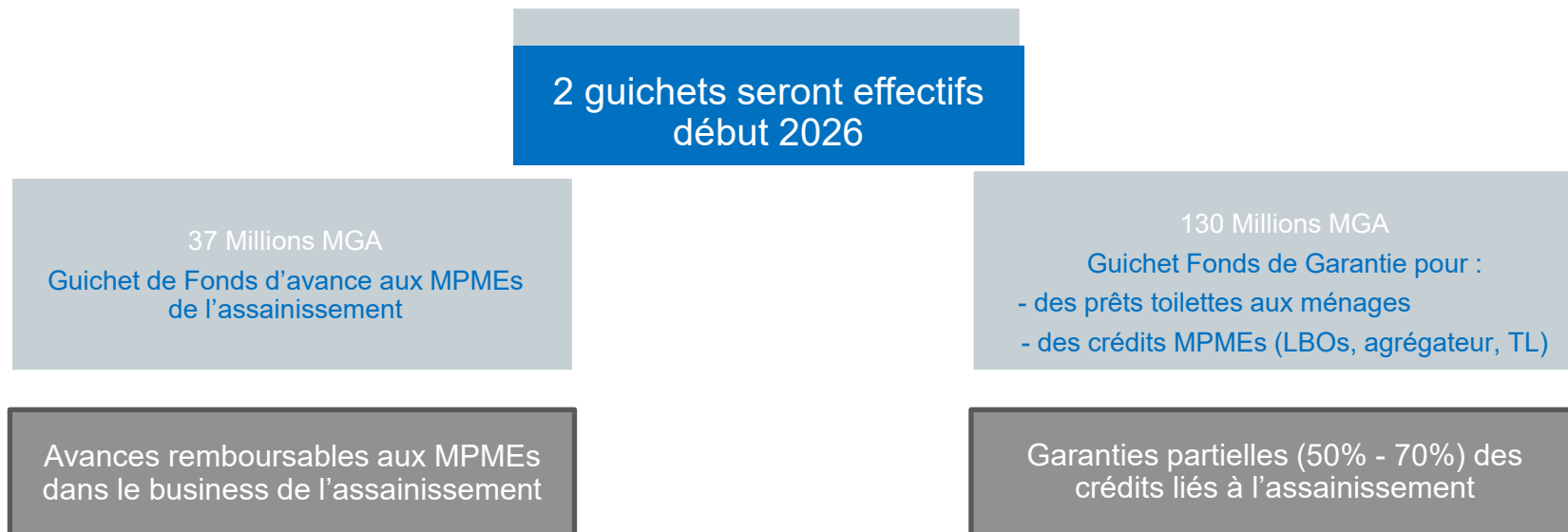
Mise en relation des TL les agents de NIM pour les questionnaire de prospection

Mécanismes financiers innovants et adaptés

❑ Mise en place d'un Fonds catalytique

NIM retenue comme IMF partenaire

- Présence dans 3 régions (Anosy, Atsimo Andrefana et Atsimo Atsinanana)
- Couverture pouvant aller jusqu'à un rayon de 30 km de l'agence
- Flexibilité dans l'adaptation et système de reporting permettant un suivi en temps réel des prêts et garantie
- Expérience dans les crédits avec éducation et le travail avec les VSLA



Mécanismes financiers innovants et adaptés

☐ Modèle de partenariat avec des entreprises privées selon un mode RSE

4 premières entreprises démarchées à Tuléar sont favorables à un selon le mécanisme suivant :

	Secteur	Nb d'employés
Ocean Farmers	Aquaculture	70
Copefrito	Exportation de produits de mer	200
Malakass	Usine de farine de manioc	30
Moringa	Hôtel	50

- Elles facilitent la sensibilisation de leurs employés
- Elles fournissent les contacts et autorisent les agents de vente d'IDE à prospecter les employés
- Elles déduiront des salaires le paiement des toilettes
- Le projet avancera le paiement des PME pour que l'installation de toilette vendue soit immédiate
- Les entreprises du secteur agribusiness sont même disposées à étendre ce mécanisme à leurs paysans/ fournisseurs de produits

Autres contributions au façonnage du marché et à la coordination stratégique

- ☐ **Elaboration de manuel de formation et formation de formateurs en éducation financière des VSLA en collaboration et en appui des ONGs locales**
- ☐ **Partage de compétences aux ONGs locales (Sahi/Cara/Iray Dia/Dioloto/SAF) sur les approches MBS/ HCD et les techniques de vente incluant missions conjointes**
- ☐ **Collaboration avec CARA dans l'élaboration/amélioration de supports de formation à l'entrepreneuriat**
- ☐ **Participation active aux réunions/ateliers de coordination et/ou sur la stratégie MBS sous l'égide de Ran'eau et UNICEF**
- ☐ **Atelier et premier draft de stratégie sur les modèles d'agrégation**

Exemples de premières success stories

La force tranquille

Comment Elina, 19 ans, devient micro-entrepreneure et transforme l'hygiène à Farafangana

Farafangana, Madagascar – À première vue, Elina Verginie Rasoanandrasana semble être une jeune femme simple. Durant sa formation théorique pour devenir Agent de Vente, elle était concentrée, presque effacée. Mais il ne faut pas se fier aux apparences : Derrière ce calme se cache une commerciale redoutable qui a décidé de changer le visage de son quartier, *Mahatsara Sud*.

Avant de rejoindre le projet, Elina avait déjà une petite expérience dans le commerce. Elle travaillait pour un grossiste local, gérant les flux de marchandises. Sa vision de la vente était alors classique, voire agressive.



Changer de méthode : de la vente agressive à l'écoute active

« À ma connaissance, pour vendre quelque chose, il fallait être 'irrésistible', parler fort, et défendre aveuglément son produit pour amadouer le client », se souvient-elle.

« J'ai appris une approche totalement différente de ce que j'avais vécu. Nous ne sommes pas là pour convaincre à tout prix, mais pour influencer. Et pour influencer, il faut d'abord poser des questions et comprendre les problèmes quotidiens des gens », explique la jeune femme avec maturité.



Une double motivation : Gagner sa vie et sauver son quartier

« Je veux avoir des commissions pour bien gagner ma vie », admet-elle franchement.

,... et surtout mon quartier, pratique encore beaucoup la défécation à l'air libre », déplore Elina.

« Je veux apporter ma contribution pour éradiquer cette situation et protéger l'environnement. »

Plus qu'un métier, une mission

La "Joie de vivre" retrouvée d'un jeune entrepreneur

Farafangana, Madagascar – À 27 ans, Jean Christian Ramahitsivelo est un homme de métier. Maçon depuis 2019, il a franchi une étape importante en 2024 en ouvrant son propre atelier à *Ambohitrabo*, au cœur de Farafangana. Pourtant, malgré son savoir-faire dans la fabrication de pavés et de buses, quelque chose manquait : le dynamisme.

« Avant, mon atelier était calme. Aujourd'hui, voir les gens apprécier ces nouveaux produits me donne une réelle joie de vivre et le courage de grandir. », confie-t-il. Jean Christian produisait, attendait le client, mais son entreprise stagnait.



Le déclic : développer son savoir-faire

Avec le Projet, Jean Christian découvre une nouvelle gamme de produits : les latrines durables et abordables (modèles Sato Pan et Arborloo). **Plus qu'une simple technique de construction, il apprend à gérer un catalogue de produits** répondant à un besoin vital de sa communauté.

Ce n'est plus seulement du béton qu'il mélange, c'est une solution de santé publique qu'il propose.



Un succès immédiat : 2 toilettes posées 2 semaines après le démarrage

Les résultats ne se sont pas fait attendre. Là où son atelier était "calme" auparavant, une nouvelle effervescence s'est installée. En moins de deux semaines après sa formation, Jean Christian a déjà installé deux latrines complètes.

« En voyant des clients qui me rendent visite tous les jours pour voir et apprécier ces nouveaux produits cela me donne réellement du courage et surtout une joie de vivre », explique-t-il avec un large sourire.

Un cadeau avant les fêtes

À Toliara, Eliana transforme ses économies en santé ... et en eau potable

Toliara, Madagascar – À 24 ans, Vecilas Anjaratiana Eliana épaulé par son mari incarnent la jeunesse dynamique de Toliara. Entre leurs études en Gestion et à l'ENS, et leurs activités commerciales de revente de produits secs tel que le riz et des arachides, le jeune couple travaille dur pour construire son avenir et celui de leur futur enfant.

Mais jusqu'à récemment, un obstacle de taille se dressait sur leur chemin : l'insalubrité de leur foyer à cause de leur toilette.



Comme beaucoup de familles à Tsimenatse Ouest, Eliana utilisait une latrine de fortune faite de bois, de vieux pneus et de tôles.

« Nos toilettes se remplissaient très vite. Pour masquer les odeurs insupportables, nous mettions de la poudre de charbon, mais cela accélérait encore le remplissage de la fosse », se souvient-elle.

Une économie inattendue pour un double impact

C'est ici que l'histoire prend une tournure surprenante. En optant pour le modèle proposé par le projet, le couple a réalisé que leur investissement était bien plus rentable que prévu.

« L'argent que nous avons économisé pour les toilettes nous a permis d'acheter un modèle de qualité et, en plus, de financer notre futur accès à l'eau potable. C'est un rêve qui se réalise. », confie Eliana avec enthousiasme.

Aujourd'hui, le stress a disparu. Plus d'odeurs, plus de mouches, et une dignité retrouvée. Pour Eliana, cette latrine n'est pas qu'un simple équipement sanitaire ; c'est le premier pas concret vers une maison saine et moderne



Principaux risques et défis à relever

Les défis à relever

- Plus de 80% des clients ne peuvent faire que des paiements échelonnés → le fonds catalytique est urgent, mais ne résoudra pas tout
- Un turnover important des agents de vente est à anticiper → Des formations à refaire
- Les capacités financières des TPMEs/LBOs sont limitées → urgence de mettre en place le fonds revolving
- Les autorités publiques doivent accompagner les initiatives MBS → qui des réglementations appropriées
- La durée très limitée du projet pose la question de la pérennisation du MBS dans les chefs lieux
- Il faut concentrer les efforts des mois restants sur le MBS dans les communes rurales