

Document pour le participant

MODULE SEPT : Mise en œuvre

Aperçu de la mise en œuvre de l'AAM

Ce module fournit les outils nécessaires pour commencer à concevoir et mettre en œuvre un programme AAM et à appliquer les concepts utiles de la formation, tels que la conception centrée sur l'homme (HCD), à d'autres types de programmes non axés sur le marché. Ce module vise à fournir aux participants les compétences nécessaires pour évaluer si l'intégration des approches de marché dans les activités d'assainissement est la bonne approche compte tenu d'un programme spécifique, des communautés soutenues et des clients.

Objectifs du module 7

En tant que participants à ce module, vous allez :

- Discuter des implications pour le séquençage, le calendrier et la budgétisation des programmes d'assainissement axé sur le marché (AAM).
- Évaluer si le AAM est approprié compte tenu de la réalité de leur programme et de leur budget.
- Identifier dans quelle mesure les approches AAM considèrent la durabilité et la stratégie de sortie comme inhérentes

Planification de la mise en œuvre

La mise en œuvre d'un programme consiste à le faire fonctionner. Il s'agit de savoir qui, quoi, où et comment un programme sera mis en place et exécuté. Ce module couvre sept considérations importantes pour la mise en œuvre d'un programme de l'AAM.

1. Evaluation et planification

La toute première phase d'un programme AAM consiste à déterminer s'il est adapté au contexte ou à déterminer où l'approche a le plus de chances de réussir. Faites un brainstorming sur tous les facteurs de risque et de réussite possibles. N'oubliez pas que les politiques gouvernementales peuvent créer des conditions favorables ou défavorables à l'AAM. S'il y a plus de facteurs de risque que de facteurs de succès, c'est un bon indice pour revoir la faisabilité d'un programme AAM ou au moins discuter avec la direction (et le bailleur de fonds) des facteurs de risque identifiés. Il existe de nombreuses considérations différentes et vous aurez rarement, voire jamais, toutes les informations dont vous avez besoin pour prendre une décision en toute confiance. Cependant, essayez d'évaluer les facteurs de succès ou de risque en vous basant sur les données existantes, dans la mesure du possible.

2. Établir un plan de travail et séquençage des travaux

Planifiez selon le processus de l'UNICEF et n'oubliez pas que certaines phases peuvent être réalisées en même temps. Bien que toutes les phases soient nécessaires, certaines des étapes peuvent déjà avoir été réalisées par d'autres projets. Une leçon clé tirée des programmes précédents est que la période de démarrage est beaucoup plus longue pour l'AAM que pour d'autres programmes de développement.

3. Personnel et formation

Les besoins en recrutement varieront en fonction de chaque projet et du stade auquel il se trouve dans le cycle du projet. Cependant, il est probable que le projet MBS nécessitera des membres du personnel ayant plus d'expérience en matière de commerce, de marketing et de création de la demande que le personnel habitué à travailler avec des approches WASH traditionnelles.

4. Planification de travail et budgétisation

Le coût de la mise en œuvre d'un programme AAM varie selon le pays, la portée, les objectifs, les besoins de renforcement des capacités, etc. Il est important de noter que le MBS est généralement plus coûteux que de nombreux programmes traditionnels en raison du temps qu'il faut pour démarrer.

Principaux points à retenir d'autres programmes

Longue période de démarrage	Prévoyez une longue période de démarrage, la phase de conception pouvant prendre jusqu'à deux ans.
Planifier les temps et les ressources pour la CCH	Les initiatives de CCH les plus réussies au sein des programmes WASH sont celles qui sont soigneusement planifiées et budgétisées de manière réaliste dès le début. Bien que le processus de CCH puisse être doté de ressources activité par activité, il est plus pratique d'explorer les options de budgétisation pour deux applications de CCH dans un programme : (1) « Sprint CCH », environs 50 000 USD and (2) programme « CCH complet », environ 100 000 USD.
Meilleurs talents	Vous pouvez choisir d'avoir du personnel de vente à plein temps pour attirer les meilleurs talents, ce qui a des implications sur la budgétisation du personnel, mais assurez-vous de budgétiser la majorité du personnel vers le milieu et la fin du projet, lorsque les ventes s'accroîtront.
Patience du donateur	Il est important d'avoir un donateur patient. Ne promettez pas de réaliser des ventes dès le début du projet et veillez à négocier beaucoup de temps pour concevoir et tester votre programme au début.
Personnel	Le personnel est essentiel au succès du AAM. Vous devez prévoir votre budget pour offrir des salaires compétitifs, surtout si l'on considère les différents ensembles de compétences recommandés abordés dans la section sur le personnel.
Coûts de formation	Vous devrez probablement aussi prendre en compte les coûts de formation et de renforcement des capacités pour les nouvelles compétences.
Financement	Pensez au type de financement qui fera partie du programme et si vous devez envisager des fonds pour des subventions ou d'autres coûts associés au financement.

5. Suivi et évaluation

Le suivi permet de déterminer si les processus mis en place (ressources et activités) fonctionnent comme il se doit pour atteindre les objectifs du AAM. L'évaluation permet de mesurer la réalisation des objectifs à plus long terme. Les évaluations sont souvent menées avant les interventions du programme comme mesure de base du marché et à nouveau à la fin d'un programme comme mesure finale. La comparaison de ces mesures permet de mesurer la croissance du marché en termes de volume (exprimé en quantités totales de produits vendus au niveau du marché) et de valeur (exprimé en valeur monétaire pour la quantité totale de produits vendus).

Pour mesurer le succès, il est important de :

- suivre les activités et les indicateurs de processus clés à différents niveaux du marché (environnement commercial, entreprise et consommateur)
- établir des canaux de communication ouverts avec les acteurs du marché.

Un système bien conçu de suivi des processus permettra aux responsables de la mise en œuvre d'apporter des corrections de routine, de modifier les interventions et les tactiques, et de fixer des objectifs à court terme.

6. Durabilité et stratégie de sortie

Dans le cadre du programme AAM, la durabilité est la probabilité qu'une entreprise reste viable sur une période prolongée (c'est-à-dire plusieurs années) sans soutien extérieur, non axé sur le marché. La durabilité est un objectif à long terme de tout programme AAM réussi. Les dimensions de la durabilité sont institutionnelles, financière, fonctionnelle, l'équité et environnementale. Les obstacles à la durabilité sont nombreux et il est important de planifier une stratégie de sortie dès les premières étapes de la conception d'un programme.

7. Réfléchir sur votre programme

Réfléchissez à l'opportunité d'un programme MBS pour votre communauté.

Pour plus d'informations et de ressources sur l'AAM, visitez le site :
<https://www.fsnnetwork.org/PRO-WASH/Market-Based-Sanitation>.

Ce document 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 relève de la responsabilité de la subvention PRO-WASH et ne reflète pas nécessairement les opinions de l'USAID ou du Gouvernement des États-Unis.