

# Document pour le participant

## MODULE SIX : Financement

### Aperçu du financement de l'assainissement

L'AAM vise à mettre à disposition des produits que les consommateurs veulent et peuvent se permettre d'acheter. Toutefois, il existe des consommateurs qui ne peuvent pas se permettre de payer comptant. D'autres sont également des entrepreneurs qui sont intéressés par l'expansion des produits d'assainissement, mais n'ont pas accès au financement ou au soutien au développement commercial. Ce module permet de mieux comprendre les moyens de mettre en œuvre l'AAM en utilisant le financement, c'est-à-dire en fournissant des fonds aux individus ou aux entreprises. Nous discutons des mécanismes de financement typiques de l'assainissement, y compris les subventions.

### Objectifs du module 6

En tant que participants à ce module, vous allez :

- Examiner les mécanismes de financement typiques utilisés dans les approches d'assainissement axé sur le marché (AAM)
- Examiner les principaux facteurs à prendre en compte lors de l'examen du recours aux subventions

### Qu'est-ce que le financement ?

Le financement est le processus qui consiste à fournir des fonds, généralement pour un individu ou une entreprise. Il peut s'agir d'un financement du côté de la demande, comme les prêts à la consommation pour les ménages afin d'acheter une latrine, ou d'un financement du côté de l'offre, comme le capital d'investissement pour une entreprise d'assainissement afin de développer son activité. Il est important de comprendre les aspects de l'environnement commercial et du contexte plus large, tels que les politiques nationales existantes en matière de subventions et de financement.

Le financement des latrines et des toilettes par les consommateurs peut être très difficile, car il s'agit d'un produit non générateur de revenus dans lequel un foyer peut investir. Contrairement au capital d'investissement pour un entrepreneur de latrines, un prêt pour l'assainissement n'est pas directement lié à une augmentation de la richesse. Par conséquent, plusieurs établissements de crédit sont réticents à offrir des prêts à la consommation et, par conséquent, appliquent des taux d'intérêt très élevés. Le coût de la gestion des petits prêts à la consommation peut être si élevé que les institutions de microfinance (IMF) hésitent à s'engager dans de tels programmes. Il est important d'explorer ces idées pendant l'étude de marché (Module trois).

Il peut être fructueux de synchroniser le financement avec la saisonnalité. De nombreuses activités de sécurité alimentaire de résilience fonctionnent dans des économies rurales basées sur l'agriculture. L'accessibilité financière et la volonté de payer peuvent dépendre de la saisonnalité et de la flexibilité des options de paiement disponibles. Les activités de promotion doivent cibler les saisons où les revenus sont les plus élevés et où les gens disposent d'argent liquide pour acheter des produits d'assainissement.

Le rôle des subventions dans l'assainissement a fait l'objet de nombreux débats. Les responsables de la mise en œuvre devraient prendre en compte quatre éléments interconnectés et se chevauchant lors de la conception d'un programme de subventions pour les produits et services basés sur le marché : (1) la forme, (2) le calendrier, (3) le canal et (4) le montant.

Les politiques gouvernementales, ainsi que la volonté et la capacité de payer des gens, auront un impact sur les mécanismes de financement ou les approches des subventions que vous choisirez.

D'un point de vue financier uniquement, deux facteurs importants peuvent influencer la volonté et la capacité de payer :

- **Le caractère abordable**, qui est la relation entre le prix d'un produit ou d'un service et le budget des clients auxquels il est destiné.
- **La liquidité**, qui est la disponibilité de l'argent pour payer les produits et services.

Il est important de savoir clairement si le défi auquel les clients sont confrontés est celui de l'accessibilité financière ou de la liquidité.

En plus du financement par les consommateurs, les projets peuvent également considérer financement et le soutien des entreprises, que peuvent prendre la forme de :

- Formations subventionnées ou services de développement commercial comme la planification commerciale, la comptabilité et l'audit fourni aux entreprises impliquées dans la vente et la construction de latrines et les services connexes.
- Prêts subventionnés aux petites entreprises pour leur permettre d'acheter des équipements de démarrage et d'étendre leurs activités.
- Matériels ou de produits d'hygiène subventionnés.
- Développement de matériel et de campagnes de promotion pour générer une demande de la part des clients pour les produits vendus par les entrepreneurs.

## Terminologie clé pour le financement

---

**Financement du côté de l'entreprise** : Financement d'une entreprise en phase de démarrage ou d'expansion

**Transferts d'argent conditionnels** : l'argent est transféré au bénéficiaire, sous réserve qu'il adopte un comportement d'assainissement mesurable.

**Bons** : coupon physique donnant droit à une réduction (ou à la gratuité) sur certaines options matérielles ou à une somme d'argent déterminée, à échanger auprès de commerces agréés.

**Rabais à l'achat** : Versé au ménage qui préfinance l'achat de toilettes répondant aux critères/à la qualité prescrits après vérification indépendante.

**Institution de microfinance (IMF)** : Organisme spécialisé dans l'offre de services financiers aux clients à faible revenu. Une IMF se concentre généralement sur le microcrédit, bien que certaines offrent aussi des services d'épargne et d'envoi de fonds. Elles sont le plus souvent financées par des prêts externes, des subventions et/ou des investisseurs et leur personnel rend régulièrement visite aux emprunteurs.

**Associations villageoises d'épargne** : Lorsque les ménages se regroupent, et que chacun met régulièrement de côté de petites sommes d'argent et obtient des fonds à tour de rôle

**Prêts non générateurs de revenus** : Prêts pour l'achat de produits qui ne génèrent pas de revenus supplémentaires ; les latrines en sont un exemple courant.

**Volonté de payer (VDP)** : Le prix maximum auquel ou en dessous duquel un client acceptera d'acheter une unité d'un produit. Selon le point de vue de la préférence constructive, la volonté de payer du consommateur est une construction sensible au contexte et donc potentiellement biaisée.

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