



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



African Water and Sanitation Association
Association Africaine de l'Eau et de l'Assainissement



Vente promotionnelle des ouvrages d'assainissement @ USAID-MuniWASH 2022

PERFORMANCE COMMERCIALE DES PRESTATAIRES DE SERVICE D'ASSAINISSEMENT EN CÔTE D'IVOIRE

RESUMÉ

Le Projet Eau, Assainissement et Hygiène des Municipalités en Afrique de l'Ouest (MuniWASH) fournit un soutien au renforcement des capacités des Micro, Petite et Moyenne Entreprises (MPMEs) du secteur de l'assainissement au Bénin et en Côte d'Ivoire. Un des objectifs principaux de l'USAID MuniWASH est de renforcer la viabilité financière et la durabilité des entreprises opérant dans le secteur. Dans le cadre de cette assistance, l'USAID MuniWASH a réalisé une analyse des performances organisationnelles et financières des MPMEs. Cette étude a conduit à l'élaboration de Plans d'Amélioration de la Performance (PAP) selon les lacunes identifiées et à la mise en œuvre d'activités liées à ces PAP. L'équipe de l'USAID MuniWASH a également aidé les MPMEs à développer et à déployer une stratégie de vente pour les produits d'assainissement afin de construire un marché de l'assainissement autonome et prospère créé par le secteur privé et réglementé par les autorités locales.

Une enquête sur le marché de l'assainissement menée par l'USAID MuniWASH en 2021 auprès de 2 277 ménages dans les communes d'intervention du Projet, a fourni des informations sur les pratiques d'assainissement, les attentes des consommateurs et le potentiel du marché que pourrait exploiter un secteur privé dynamique. L'enquête a estimé qu'au moins 11 000 ménages dans les municipalités ciblées n'ont pas de toilettes et aimeraient en avoir une. De plus, environ 25 000 ménages disposant de latrines souhaitent des modifications, tandis qu'environ 80 000 ménages cherchent à améliorer leurs toilettes existantes avec de nouvelles interfaces utilisateur.

Les données de vente de 27 MPMEs collectées entre septembre 2021 et août 2022 montrent que 598 produits d'assainissement ont été vendus au cours de cette période, soit une vente moyenne d'environ cinquante produits par mois. Bien que cela illustre une certaine activité de vente, cela reste en deçà du potentiel du marché, et environ un tiers des MPMEs connaissent encore des ventes très faibles. L'USAID MuniWASH a identifié que les principaux facteurs contribuant à la faible performance des ventes de produits d'assainissement incluent l'absence de stratégies et d'efforts marketing efficaces, un nombre limité d'agents de vente, le manque de priorité accordée à l'assainissement par les MPMEs proposant des produits et services diversifiés, et le manque de priorisation de l'assainissement par certains ménages.

Pour relever ces défis, il est nécessaire de développer des stratégies robustes de vente et de marketing, d'élargir le réseau d'agents de vente, d'accroître l'accent sur les activités liées à l'assainissement parmi les diverses activités des MPMEs, et de promouvoir une culture plus forte de priorisation de l'assainissement parmi les ménages. En abordant ces facteurs, le secteur privé peut exploiter le potentiel considérable du marché, ce qui se traduira par une amélioration des performances commerciales et un meilleur accès aux services d'assainissement pour les ménages en Côte d'Ivoire.

CONTEXTE

Dans le secteur commercial compétitif d'aujourd'hui, les entreprises doivent sans cesse s'adapter aux évolutions du marché pour prospérer. L'innovation dans la qualité des produits et services, la maîtrise des coûts, les stratégies de tarification, l'acquisition de connaissances, ainsi que l'expertise managériale et commerciale efficace, sont cruciales pour atteindre le succès dans ce secteur. Conscient de cela, le Project USAID MuniWASH soutient activement les MPMEs du secteur de l'assainissement dans seize communes et municipalités au Bénin et en Côte d'Ivoire. L'objectif de ce soutien est de renforcer les capacités des MPMEs en améliorant leur fiabilité opérationnelle et leur viabilité financière grâce à des efforts ciblés de

renforcement des capacités. Pour promouvoir la fiabilité opérationnelle, l'USAID MuniWASH a réalisé les activités suivantes :

- Identification et organisation d'entrepreneurs en assainissement en fonction de leur localisation géographique pour permettre une distribution efficace des entreprises afin de répondre au potentiel du marché.
- Appui technique au développement d'une stratégie complète de vente spécifiquement adaptée aux produits d'assainissement - garantissant une pénétration efficace sur le marché et un engagement client.
- Fournir des conseils et un soutien rapproché aux MPMEs par le biais des agents de suivi du projet, leur permettant ainsi de relever les défis et de saisir les opportunités de croissance.
- Identification et structuration des entrepreneurs afin de coordonner les efforts, favoriser la mutualisation des ressources et garantir une allocation efficace des moyens du projet.

L'appui aux MPMEs leur ont permis d'améliorer considérablement les performances de ventes. Après 12 mois suivi par l'équipe de MuniWASH, il apparaît que les 27 MPMEs soutenus ont vendu plus de six cents produits d'assainissement soit une moyenne de 94 produits par trimestre. Néanmoins, la performance commerciale constatée présentait des disparités selon les différentes zones d'intervention. Alors que des municipalités comme Bouaké et Gagnoa ont enregistré une vente moyenne d'au moins trente produits par entrepreneur au cours de la période donnée, les entrepreneurs d'autres municipalités telles qu'Abengourou, Abobo et Soubré ont connu une activité minimale, voire une inactivité complète. Pour ces municipalités, des entreprises ont été exclues pour déficit d'engagement et de nouvelles recrutées. Ces dernières étaient en attente des Satopans pour les réalisations de démonstrations.

Les analyses présentées dans cette note sont issues du système de suivi et d'évaluation de l'USAID MuniWASH, qui englobe la collecte périodique de données par des assistants de suivi sur le terrain auprès des MPMEs, des enquêtes de satisfaction des clients et des évaluations approfondies des capacités des MPMEs. En exploitant ces précieuses informations, l'USAID MuniWASH continue d'affiner ses stratégies et interventions, visant à optimiser la performance opérationnelle et le succès commercial des MPMEs dans le secteur de l'assainissement.

En fin de compte, favoriser l'adaptabilité, l'innovation et une bonne compréhension des dynamiques du marché parmi les MPMEs ouvrira la voie à une croissance et un succès durable dans le secteur commercial hautement compétitif. L'USAID MuniWASH agit comme un catalyseur de progrès en soutenant le développement d'un secteur de l'assainissement dynamique et durable dans les municipalités ciblées.

ACCOMPAGNEMENT DES MPMEs

Les MPMEs sont soutenues par l'USAID MuniWASH grâce à la mise en œuvre des PAP et d'une stratégie innovante de vente d'articles d'assainissement, expliquées ci-dessous.

Opérationnalisation du Plan d'Amélioration de Performance (PAP)

L'USAID MuniWASH a contribué à l'élaboration d'un PAP, en consultation avec les parties prenantes, sur la base des résultats d'une étude de la performance organisationnelle et financière des prestataires d'assainissement. Les domaines de renforcement identifiés dans le PAP sont les suivants : (1) la formalisation ou l'alignement des entreprises sur le cadre institutionnel et légal ; (2) la professionnalisation en tenant compte des conditions et des exigences du marché ; et (3) l'amélioration de la performance commerciale et financière, notamment l'approche client, le marketing, la comptabilité et l'accès aux services financiers. Les MPMEs ont participé à divers séminaires de formation qui leur ont permis de se formaliser, de se professionnaliser tout en renforçant leurs capacités commerciales. Les activités du PAP ont été mises en œuvre avec le soutien d'acteurs étatiques tels que le CEPICI, l'Agence CI PME et le CODINORM .

Conception et Déploiement d'une Stratégie de Vente pour les Produits d'Assainissement

L'USAID MuniWASH a soutenu la conception et la mise en œuvre d'une stratégie de vente de produits d'assainissement, impliquant des parties prenantes telles que les MPMEs, leurs associations, les autorités locales, les représentants des ministères sectoriels au niveau régional et les institutions financières. Après la validation formelle de la stratégie de vente par ces parties prenantes, l'USAID MuniWASH a facilité la mise en œuvre de la stratégie et fourni un soutien technique aux parties prenantes sur divers aspects de la stratégie ; chaque partie prenante avait un rôle à jouer pour renforcer les capacités dans le cadre de la stratégie.

PERFORMANCE COMMERCIALE DES MPMEs

Une faible performance commerciale au regard du fort potentiel de marché

Selon les données de vente de produits d'assainissement collectées auprès des 27 MPMEs, 598 produits d'assainissement ont été vendus sur la période de septembre 2021 à août 2022, montrant une tendance de vente presque constante au fil des mois (une moyenne d'environ cinquante produits par mois). Cette performance est assez faible comparée au potentiel de marché révélé par l'étude de marché sur l'assainissement de l'USAID MuniWASH en 2021, qui estimait le potentiel de marché dans les zones d'intervention du projet à au moins 116 000 ménages (11 000 ménages sans toilettes souhaitent en avoir, au moins 25 000 ménages avec des latrines souhaitent augmenter leur capacité, et au moins 80 000 ménages souhaitent améliorer leurs toilettes avec une nouvelle interface utilisateur). En supposant que 25 % de cette demande potentielle soit satisfaite en cinq ans, les PME vendraient 484 produits d'assainissement par mois. Le Tableau 1 présente la répartition des PME par municipalité.

Table 1 : Répartition des MPMEs par commune

CÔTE D'IVOIRE									
Commune	Abengourou	Abobo	Bouaké	Gagnoa	San-Pedro	Soubré	Yamoussoukro	Yopougon	Total
# MPME	1	3	6	7	2	3	3	2	27

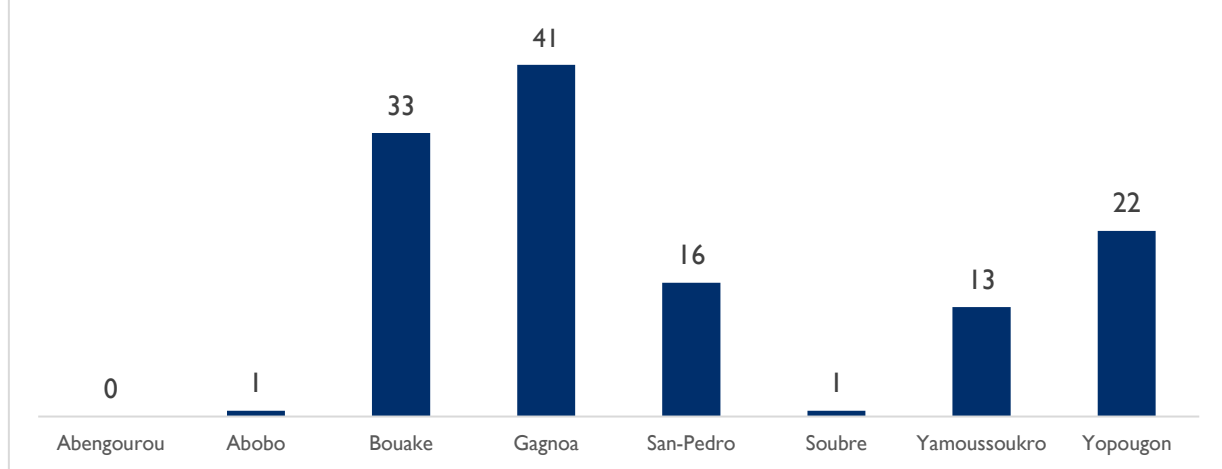
Les MPMEs impactés par le projet SSD globalement plus performant

Une analyse des performances de vente des MPMEs pendant la période de référence montre qu'en moyenne, vingt-deux produits ont été vendus par MPMEs, soit environ deux produits vendus par mois par MPME en moyenne. Cependant, un tiers de ces MPMEs présentent un niveau de vente très faible (environ 1 produit par mois) au cours de cette période, principalement situées dans les municipalités d'Abobo, de Soubré, de San-Pédro et d'Abengourou. En revanche, les MPMEs de Gagnoa et de Bouaké ont enregistré les meilleures performances de vente (presque trois produits par mois) (Figure 1). De manière intéressante, le projet Sanitation Service Delivery (SSD) précédemment financé par l'USAID a touché cinq des huit municipalités de l'USAID MuniWASH, notamment Abobo, Bouaké, Gagnoa, Yamoussoukro et Yopougon, qui ont toutes vendu au moins dix produits en moyenne par MPME. En revanche, deux des trois municipalités qui n'avaient pas participé au projet SSD - Abengourou et Soubré - ont enregistré presque aucune vente par PME. Il est possible de conclure que les MPMEs ayant bénéficié à la fois du soutien de SSD et de MuniWASH affichent une performance supérieure par rapport aux MPMEs qui n'ont pas bénéficié du soutien de SSD.

Le manque d'expérience des MPMEs d'Abengourou et de Soubré dans la collaboration avec des projets de développement a constitué un facteur limitant pour elles. De plus, l'approche d'autonomisation des entreprises préconisée par MuniWASH a représenté un changement de paradigme auquel certaines

entreprises, ayant connaissance de SSD et s'étant positionnées auprès de MuniWASH, ne s'attendaient pas. En raison de ce changement d'approche, plusieurs entrepreneurs opérant dans ces zones ont décidé d'abandonner, et par conséquent, de nouveaux entrepreneurs ont dû être identifiés.

Figure 1: Nombre moyen de produits d'assainissement par MPMEs de septembre 2021 à Aout 2022



Source : Collecte de routine MuniWASH, 2021-2022

La modification de toilette avec le Satopan : star des produits vendus

Le SatoPan a été observé comme étant le produit le plus vendu pour les modifications de toilettes, suivi du produit Puit perdu. Bien que la plupart des ventes de SatoPan aient été réalisées dans les zones périurbaines, la plupart des ventes de Puit perdu ont été effectuées dans les zones urbaines, car l'un des problèmes d'assainissement les plus récurrents dans les zones urbaines est le stockage des eaux usées domestiques. Les Nouvelles Toilettes et les Latrines à Double Fosse n'ont pas connu de ventes importantes ; moins de 50 de ces produits ont été vendus par catégorie. La Fosse de Latrine Directe (DLP) a représenté les ventes les plus faibles.

Selon les entrepreneurs, les modifications de toilettes avec le SatoPan sont abordables pour les ménages, ce qui contribue à leur popularité auprès des clients. Ils constatent que le coût de ce produit n'est pas trop élevé et qu'il s'adapte facilement à leurs toilettes, qui sont des latrines traditionnelles. Cependant, dans les zones urbaines de Côte d'Ivoire, le SatoPan semble être moins désiré, soit pour des raisons esthétiques, soit en raison d'un manque de familiarité avec le produit, selon les retours des agents de terrain de l'USAID MuniWASH.

Puits perdu : Un produit d'assainissement qui traite les eaux usées des fosses septiques par infiltration dans le sol.

Fosse septique : ouvrage d'assainissement dont le rôle est de collecter les eaux usées des ménages et d'assurer leur prétraitement. On distingue les fosses septiques à eaux grises et les fosses septiques à eaux noires.

Modification des toilettes : l'amélioration des toilettes existantes. Cette amélioration se fait en changeant l'interface utilisateur, qui peut être un Satopan pour une position assise ou accroupie.

Double fosse : une structure de collecte fécale qui permet l'utilisation alternée des fosses. Lorsqu'une fosse est pleine, les toilettes sont reliées à la deuxième fosse.

Nouvelles toilettes : une superstructure en brique et un interface utilisateur (Satopan assis ou accroupi). Les nouvelles toilettes sont reliées à une fosse septique, elle-même reliée à un puisard.

Fosse de Latrine Directe / Direct Latrine Pit (DLP) : structure de collecte de matières fécales composée d'une dalle avec des pots Satopan qui repose directement sur une fosse.

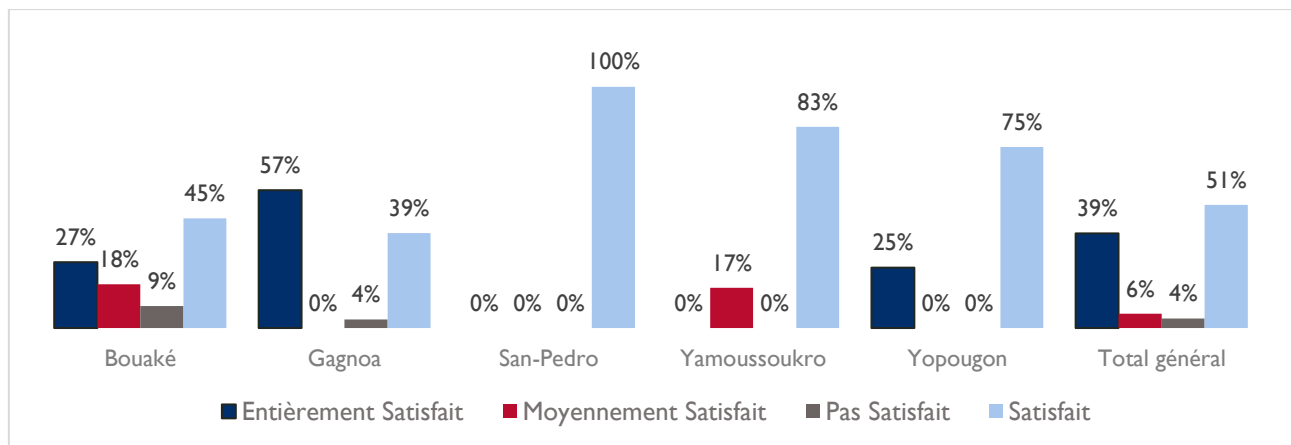
Table 2: Nombre de produit vendus par type

CÔTE D'IVOIRE						
Produits	Modification Toilette (Satopan)	Fosse Septique	Nouvelle Toilette	Double fosse	Puit Perdu	DLP
Nombre de vente	427	25	34	30	51	17

Source : Collecte de routine MuniWASH, 2021-2022

Des clients de produits d'assainissement globalement satisfaits

En ce qui concerne la satisfaction clients, les résultats des évaluations faites en 2021 ont montré que dans l'ensemble, 90% des ménages étaient satisfaits de leur expérience avec les prestataires de services. Ils sont satisfaits du traitement de leur commande, notamment du respect des délais annoncés pour la livraison/installation des produits. Les ménages estiment également qu'ils n'ont pas eu à déployer beaucoup d'efforts pour le traitement de leur demande. Ils déclarent aussi que les prestataires ont répondu à leurs attentes et qu'ils sont prêts à les recommander à leurs amis et proches sans hésiter. Cependant, 14% des ménages considèrent toujours les coûts des ouvrages comme élevés, voire très élevés (2%). Aussi, quelques plaintes (6%) concernant la qualité des ouvrages ont été enregistrées. Ses plaintes ont été entièrement ou en partie résolues pour 66% des ménages qui ont formulé des plaintes. Les clients dont les plaintes ont été résolues sont satisfaits du délai de résolution.

Figure 2 : Niveau de satisfaction par municipalité


Source : Enquête Satisfaction Client MuniWASH, Août 2022

FACTEURS LIMITANTS LA PERFORMANCE COMMERCIALE

La performance commerciale réussie dépend de divers facteurs, notamment des pratiques managériales efficaces, de la gestion de la relation client, de la qualité du service et des performances de l'équipe de vente. L'USAID MuniWASH a analysé les MPMEs soutenues par le projet, ce qui a révélé plusieurs facteurs limitant considérablement la performance commerciale.

I. Une insuffisance de motivation en entrepreneuriat

Un obstacle notable est le manque d'esprit entrepreneurial suffisamment fort chez de nombreuses MPMEs. Au lieu d'adopter une approche proactive avec une stratégie marketing et des projections commerciales,

les entrepreneurs ont tendance à fonctionner au jour le jour sans explorer de nouvelles opportunités. Plutôt que de prendre eux-mêmes des initiatives, ils s'appuient souvent sur des partenaires externes pour les aider à développer leurs approches en marketing et en ventes.

2. Une force de vente quasi inexistante

L'USAID MuniWASH soutient les PME dans la constitution et la gestion des équipes d'agents de vente, et dans le cadre de leur nouvelle stratégie de vente, les entrepreneurs se voient confier davantage de responsabilités pour diriger les activités de vente et de distribution. Cependant, l'auto-évaluation des capacités des PME a révélé que plus de 90 % d'entre elles manquent d'une équipe dédiée d'agents de vente pour la promotion de leurs produits. Les agents de vente jouent un rôle crucial dans le fonctionnement global de l'entreprise car ils comblent le fossé entre l'entreprise et le client. Ils vendent non seulement des produits, mais renforcent également la réputation de l'entreprise et favorisent la fidélisation des clients.

3. Non-priorisation des activités liées à l'assainissement

Pour de nombreuses MPMEs, la vente de produits d'assainissement n'est pas leur principal axe d'activité ; elle sert souvent de complément. Les données collectées par l'USAID MuniWASH indiquent que plus de 75% des MPMEs se consacrent à d'autres activités en plus de la vente de produits d'assainissement, telles que la maçonnerie, la plomberie, la peinture, l'agriculture, l'élevage et la vente de divers autres produits.

4. Faible priorité accordée à l'assainissement par les ménages

Bien que les individus reconnaissent les avantages sanitaires d'un assainissement amélioré, ils ne le priorisent pas de manière constante pour investir dans ce domaine. Le critère décisionnel pour les ménages lors de l'achat d'une structure d'assainissement est soit l'absence d'une structure, en faisant une nécessité, soit la détérioration de leur structure existante, nécessitant un remplacement. De plus, l'argumentaire de vente mettant en avant la valeur ajoutée du Satopan joue un rôle crucial car les utilisateurs apprécient comment le Satopan aide à prévenir les odeurs et les insectes dans leurs toilettes.

Bien que de nombreux clients expriment un intérêt pour l'acquisition d'une toilette, beaucoup ne passent pas à l'acte d'achat. L'équipe de l'USAID MuniWASH a observé un manque d'informations et de communication concernant les produits et services d'assainissement pour les bénéficiaires, ce qui offre aux PME l'opportunité d'améliorer la sensibilisation dans ce domaine.

La prise en compte de ces facteurs limitants est essentielle pour améliorer la performance commerciale des PME du secteur de l'assainissement. En cultivant un état d'esprit entrepreneurial, en développant une équipe de vente motivée, en donnant priorité aux activités liées à l'assainissement et en sensibilisant davantage les ménages, les MPMEs peuvent surmonter ces défis et libérer tout leur potentiel. L'USAID MuniWASH joue un rôle crucial en fournissant un soutien et des orientations aux MPMEs, leur permettant de surmonter ces obstacles et de contribuer à la croissance et au développement du marché de l'assainissement.

LEÇONS APPRISES

L'analyse de l'USAID MuniWASH sur les données de performance commerciale des fournisseurs de services d'assainissement en Côte d'Ivoire offre des perspectives précieuses pour améliorer les ventes. Les leçons suivantes peuvent orienter les efforts visant à améliorer la performance dans le secteur :

1. **Prioriser les entreprises qui manifestent un engagement à développer leur ligne d'activité de produits d'assainissement** - Les entreprises qui accordent la priorité à la vente de produits d'assainissement présentent des niveaux de réussite plus élevés sur le marché. L'USAID MuniWASH devrait allouer un soutien et des ressources à ces entreprises et faciliter leur expansion.
2. **Soutenir les nouvelles PME dans les zones sous-desservies** - Pour garantir une couverture géographique plus large et une meilleure distribution des entreprises, l'USAID MuniWASH devrait privilégier le soutien aux nouvelles entreprises dans les zones sous-desservies. En exploitant des marchés inexploités, les PME peuvent maximiser leur potentiel et contribuer à la croissance globale du marché.
3. **Recentrer les messages de sensibilisation des ménages** - Lors de l'entrée sur de nouveaux marchés, les PME devraient adapter leurs communications de vente et leurs efforts marketing pour transmettre efficacement les attributs fonctionnels et émotionnels des produits d'assainissement. Les principaux domaines de concentration devraient inclure la commodité, la sécurité, la durabilité, la qualité et l'intimité. En mettant l'accent sur ces aspects, les PME peuvent toucher les ménages, accroître la sensibilisation et la demande pour leurs offres.

En mettant en œuvre les leçons tirées de l'analyse de la performance commerciale, l'USAID MuniWASH contribuera davantage à la croissance et au développement du secteur de l'assainissement en Côte d'Ivoire. Grâce à un soutien ciblé pour les entreprises spécialisées, à l'expansion dans les zones sous-desservies et à des approches marketing stratégiques, l'USAID MuniWASH peut faciliter l'augmentation des ventes et améliorer l'accès à des services d'assainissement de qualité pour les communautés à travers le pays.

CONCLUSION

La mise en œuvre des PAP par l'USAID MuniWASH en Côte d'Ivoire a montré des progrès considérables dans le renforcement des capacités des prestataires de services. Les données d'auto-évaluation collectées auprès des MPMEs indiquent que 48 % (13 sur 27) ont vu leur capacité s'améliorer grâce aux interventions de l'USAID MuniWASH. Ces constatations sont également corroborées par des enquêtes de satisfaction client, où environ neuf ménages sur dix ont exprimé leur satisfaction à l'égard des services fournis par ces PME.

Malgré ces évolutions positives, le niveau actuel des ventes reste en deçà des performances attendues. Plusieurs facteurs y contribuent, notamment un manque de motivation en marketing et en ventes parmi certaines MPMEs, une négligence des activités d'assainissement et des capacités limitées pour atteindre les clients. De plus, de nombreux ménages ne considèrent pas l'investissement dans des produits d'assainissement comme une priorité.

Pour améliorer la performance commerciale des entreprises spécialisées dans les produits d'assainissement, les entrepreneurs doivent établir des réseaux de distribution et des partenariats avec des professionnels tels que les détaillants et les dépôts de vente. Cela facilitera une plus large disponibilité des produits sur le marché. De plus, pour favoriser le changement de comportement et encourager l'adoption de bonnes pratiques d'assainissement, il est essentiel d'élargir la communication et d'utiliser des techniques de marketing axées sur les problèmes du client pour créer un sentiment d'urgence dans la résolution du problème. La mise en œuvre de l'approche RACE (Résultat – Action + Compétence + Exécution), en se concentrant particulièrement sur les ménages, sera cruciale pour atteindre cet objectif.

Répondre à ces défis nécessitera des efforts concertés de la part de l'USAID MuniWASH et de ses partenaires. En se concentrant sur l'amélioration de la motivation en marketing et en ventes, en donnant la priorité aux activités d'assainissement et en mettant en œuvre des stratégies de communication efficaces, la performance commerciale des PME du secteur de l'assainissement peut être améliorée. En fin de compte,

ces efforts contribueront à offrir un accès plus large à des pratiques et services d'assainissement améliorés à travers la Côte d'Ivoire.

Mots-clés : Assainissement, MPME, Performance commerciale

BIBLIOGRAPHIE

USAID MuniWASH, Rapport Enquête de Satisfaction des Ménages Clients en Côte d'Ivoire, 2022

USAID MuniWASH, Rapport Auto-évaluation des capacités des prestataires de services d'assainissement en Côte d'Ivoire, 2022

USAID MuniWASH, Document du modèle de vente des produits d'assainissement en Côte d'Ivoire, 2021

USAID MuniWASH, Rapport de l'étude du marché de l'assainissement, 2021

Tetra Tech, Mise à l'échelle de l'assainissement axé sur le marché : Revue documentaire des programmes de développement portant sur l'Assainissement axé sur le marché en milieu rural, 2018

Fatou Binetou Niang et al, Développer un marché local de l'assainissement en milieu rural : Retour d'expériences du projet Pafa dans le département de Mbacké au Sénégal, 2020

Jacqueline Devine et al, Guide d'introduction au marketing de l'assainissement, 2011

DAHMANI Saida, L'évaluation de la performance commerciale de la force de vente Cas : Algérie-Télécom « Beja », 2013

Laboratoire de Recherches Economiques et Monétaires, Rapport final de l'Analyse des déterminants de la performance des entreprises en Afrique subsaharienne francophone : Cas du Sénégal

Partenaire d'apprentissage

Association Africaine de l'Eau et de l'Assainissement (AAEA)

Contributeurs

Mariame Baneko KONE (Suivi-Évaluation et Apprentissage - USAID-MuniWASH-Côte d'Ivoire)

Viwossin Gildas DEGBOE (Suivi-Évaluation et Apprentissage - USAID-MuniWASH-Bénin)

Mamadou OUATTARA (Conseiller en Partage de Connaissances et Apprentissage - USAID MuniWASH)

DÉTAILS DU PROJET

MuniWASH a une durée de cinq ans et un budget de \$18 millions financé par l'Agence des Etats Unis pour le Développement International (USAID). Débuté en septembre 2019, il est exécuté par Tetra Tech avec l'appui de Population Services International (PSI) et SEGURA Consulting LLC.

Pays cibles initiaux: Côte d'Ivoire et Bénin. Contacts : Jules Hountondji, Représentant du Bureau Contractant, jhountondji@usaid.gov ou Safaa Fakorede, Directeur de Projet, safaa.fakorede@tetrattech.com.

Clause de non-responsabilité

Cette note d'apprentissage est rendue possible grâce au soutien du peuple américain par l'intermédiaire de l'USAID. Le contenu relève de la seule responsabilité de Tetra Tech et ne reflète pas nécessairement les points de vue de l'USAID ou du gouvernement des États-Unis.