

# TOILET BOARD COALITION : RELEVER ENSEMBLE LE DÉFI DE L'ASSAINISSEMENT

**Erin McCusker**

Présidente du Toilet Board Coalition et Responsable mondiale SATO (Lixil)



Global Sanitation Economy Summit, 2019 - ©Toilet Board Coalition

Présidente de la Toilet Board Coalition, Erin McCusker est à la tête de SATO, qui fait partie de l'entreprise Lixil, dont l'objectif est de fournir des solutions innovantes et abordables aux deux milliards de personnes dans le monde qui n'ont pas accès à des installations sanitaires de base. Auparavant, elle a été consultante en stratégie et chef de projet senior dans des sociétés de conseil de renommées et des fondations internationales - notamment la Fondation Bill et Melinda Gates - avec une expérience approfondie dans les domaines de la santé mondiale et du développement. Elle est titulaire d'un MBA et d'un Bachelor of Science en bio-ingénierie.

Lancée en 2014, la Toilet Board Coalition (TBC) entend résoudre la crise mondiale de l'assainissement en donnant un coup d'accélérateur à l'économie de l'assainissement, un marché évalué à 12 000 milliards de dollars par an. Constituée par des entreprises, la TBC estime en effet que pour fournir un accès universel à l'assainissement (ODD n°6) et atteindre les consommateurs à faible revenu sur les marchés émergents, il faut des solutions commerciales, financièrement viables. À cette fin, la Coalition rassemble de grandes entreprises, des agences de développement et des organisations internationales, des entrepreneurs et des ONG. Grâce à son programme accélérateur de 12 mois, la Coalition crée des partenariats entre les « sanipreneurs » et les grandes entreprises afin de lever les obstacles et de concrétiser les innovations. L'économie de l'assainissement est l'affaire de toutes les entreprises et pourrait débloquer des opportunités prometteuses et rentables dans tous les secteurs, y compris dans l'agriculture et la santé préventive, à plus forte raison au lendemain de la pandémie mondiale de COVID-19.

## La Toilet Board Coalition se définit comme une « coalition public-privé pour l'assainissement dirigée par des entreprises ». Quelle est l'ambition de cette alliance qui réunit de multiples parties prenantes ?

Erin McCusker : Lancée en 2014 par Unilever, Firmenich, Kimberly-Clark et LIXIL, la Toilet Board Coalition entend résoudre la crise mondiale de l'assainissement, et ainsi atteindre l'ODD n° 6, en donnant coup d'accélérateur à l'économie de l'assainissement. Si l'accès à l'assainissement est généralement considéré comme une thématique publique, nous pensons que l'offre de produits et de services dans ce domaine a un vrai potentiel commercial et pourrait créer de la valeur pour l'ensemble des parties prenantes. Il convient de rappeler que le rapport *Better Business Better World* de la Business & Sustainable Development Commission cite « l'infrastructure de l'eau et de l'assainissement dans les villes » parmi les 60 plus grandes opportunités commerciales sur la voie des ODD. Le rapport estime que ce secteur pourrait peser au moins 12 000 milliards de dollars par an et générer 380 millions de nouveaux emplois d'ici 2030 dans les pays en développement. La Toilet Board Coalition estime que l'économie de l'assainissement représentera un marché de 97 milliards de dollars en Inde d'ici 2021, pouvant atteindre 148 milliards de dollars d'ici 2030. Sur le continent africain, l'économie de l'assainissement représente également un énorme débouché commercial et un moyen puissant de relever certains grands défis du développement à l'échelle du continent. Les travaux de la Toilet Board Coalition montrent en effet qu'en moyenne, pour un million de personnes desservies, les pays pourraient gagner 70 millions de dollars de productivité en fournissant des installations sanitaires sûres. En outre, chaque dollar investi génère en moyenne un retour sur investissement de 5 dollars d'externalités positives, notamment en termes de services de santé et d'augmentation de la fréquentation scolaire.

Plus précisément, l'économie de l'assainissement regroupe trois marchés, ce qui intéresse les entreprises et la société au sens large : l'économie des toilettes, l'économie circulaire de l'assainissement et l'économie de l'assainissement intelligent (smart sanitation en anglais). Comment y générer de la valeur ? Comment la saisir ? Quels sont les modèles commerciaux les plus innovants et les plus durables pour résoudre les problèmes d'assainissement ? C'est le genre de questions que nous examinons.

La Toilet Board Coalition met l'accent sur le secteur privé. Cela étant dit, l'économie de l'assainissement ne peut pas prospérer si elle n'implique pas l'ensemble de ses parties prenantes - grandes entreprises, petits entrepreneurs, gouvernements, ONG, etc. - car personne ne peut résoudre seul les problèmes d'assainissement. Par exemple, les entrepreneurs et les entreprises ne peuvent pas fonctionner efficacement et fournir des services et des produits d'assainissement sans un cadre réglementaire et des normes adaptés. Pour pouvoir atteindre les communautés locales, une bonne solution consiste à s'associer à des organisations communautaires et des ONG. C'est aussi le meilleur moyen

*Si l'accès à l'assainissement est généralement considéré comme une problématique publique, nous pensons que l'offre de produits et de services dans ce domaine a un vrai potentiel commercial*

de créer un climat de confiance et d'obtenir le soutien de la population pour passer à l'action. La Toilet Board Coalition a été pensée pour catalyser les énergies de tous les acteurs impliqués dans le domaine de l'assainissement et chercher des solutions à ce vaste problème. Elle rassemble de grandes entreprises (Unilever, Kimberly-Clark, Firmenich, Tata Trusts, etc.), des agences de développement international (USAID, la BAD, etc.), des organisations internationales (Banque mondiale, Unicef), des entrepreneurs (Tiger Toilet, Sanivation, Sanergy, etc.) et des ONG (water.org, PSI, WaterAid).

Pour aller plus loin, notre objectif est de montrer que l'économie de l'assainissement ne bénéficie pas seulement aux entreprises travaillant dans le domaine des toilettes ou de l'hygiène, mais qu'elle peut avoir un impact et améliorer les entreprises de tous les secteurs - mines, agriculture, santé, sylviculture, etc. Comme nous aimons à le dire, l'économie de l'assainissement est « *every business's business* », l'affaire de toutes les entreprises. Le changement climatique affecte tous les secteurs et il en va de même pour l'assainissement et l'hygiène. Au cours des cinq années à venir, nous développerons l'idée selon laquelle chaque secteur doit être réexaminé depuis la perspective de l'économie de l'assainissement.

## Concrètement, comment la Toilet Board Coalition encourage-t-elle l'innovation et les partenariats en matière d'assainissement ?

E. M. : Jusqu'à présent, la Toilet Board Coalition a mis en place différents mécanismes pour créer un engagement autour de l'assainissement.

L'accélérateur, lancé en 2016, est notre programme phare, qui a le plus d'impact. Chaque année, nous sélectionnons jusqu'à 10 entrepreneurs (parfois appelés « sanipreneurs », contraction de l'anglais « sanitation » et « entrepreneurs ») qui développent des entreprises commercialement viables dans le domaine de l'économie de l'assainissement sur les marchés émergents et voisins, notamment des infrastructures, des produits et des fournisseurs de services sanitaires innovants, la collecte, le traitement et la transformation des ressources issues des toilettes (récupération circulaire des ressources, recyclage vers l'eau, l'énergie, les nutriments) ou des applications numériques pour l'assainissement et les soins de santé préventifs, etc. En bref, nous regardons au-delà des toilettes elles-mêmes et favorisons les idées les plus innovantes et les modèles commerciaux qui ont le potentiel d'être développés ailleurs, deux critères de sélection essentiels à nos yeux.

Notre « programme d'accélération » se déroule sur 12 mois. Les entrepreneurs sélectionnés se voient associés, dans le cadre d'un mentorat, avec des membres de la TBC. Ils bénéficient alors de sessions personnalisées avec des experts commerciaux et techniques de grandes multinationales. Parmi la promotion de 2019, citons Arrebol, une entreprise de gestion des déchets en phase de démarrage basée au Pérou ; H2O Sanitation, une économie sanitaire circulaire



Global Sanitation Economy Summit, 2019 - ©Toilet Board Coalition

basée à Durban, spécialisée dans l'assainissement hors réseau avec chasse d'eau dans les zones périurbaines et rurales ; et Pit Vidura au Rwanda, une entreprise de logistique sanitaire qui développe des outils et des technologies pour former, équiper et employer des travailleurs du secteur des déchets historiquement marginalisés, afin de fournir des services sûrs.

Il s'agit d'une approche gagnant-gagnant. Pour les entreprises, c'est l'occasion de mieux connaître les réalités du terrain, notamment les besoins et les obstacles auxquels sont confrontés les consommateurs dans leur vie quotidienne. Pour les entrepreneurs, c'est une porte vers la communauté d'investisseurs de TBC mais aussi vers le TBC Network, notre réseau pair-à-pair mondial d'entrepreneurs du secteur de l'assainissement. Plus important encore, des partenariats commerciaux sont conclus à la fin du programme de mentorat. Ainsi, plusieurs diplômés de l'accélérateur 2018 ont conclu des partenariats commerciaux avec des membres de la coalition des toilettes : Tiger Toilets, en partenariat avec LIXIL Corporation ; Ti Bus, en partenariat avec Firmenich ; GARV Toilets, en partenariat avec Unilever ; et Biomass Controls, en partenariat avec USAID et Kimberly-Clark.

L'impact social des entreprises soutenues par le programme est mesuré en fonction de leurs performances commerciales en matière d'accès, de l'utilisation et l'adhésion à des installations sanitaires améliorées.

Récemment, nous avons également lancé une nouvelle initiative avec notre partenaire Kimberly-Clark : **Women in the Sanitation Economy Innovation Lab**. Ce laboratoire est destiné à cultiver et à catalyser les idées et les entreprises en phase de démarrage dans l'économie de l'assainissement qui sont soit dirigées par des femmes, soit axées sur la santé des femmes. Le concept de l'« Innovation Lab » offre un cadre propice à la TBC pour cibler des lacunes spécifiques dans l'économie de l'assainissement, sur les plans technologique, commercial, démographique ou géographique.

Sur le terrain, nous travaillons également à reproduire et tester nos projets de démonstration. En 2018, nous avons réalisé une étude de faisabilité à Assam (Inde), pour évaluer et comprendre

les avantages de la mise en œuvre d'un système d'économie sanitaire circulaire dans une plantation de thé. Pour ce faire, nous avons travaillé en association avec Tata Global Beverages et Ethical Tea Partnership. Nous nous sommes notamment penchés sur l'élaboration de nouveaux systèmes, de nouvelles technologies et infrastructures pour capter les ressources des toilettes. Actuellement sous-évaluées, elles pourraient produire des matières premières pour produire des engrais organiques et de l'énergie, en vue de réaliser des économies et des bénéfices environnementaux. On estime que 15,6 millions de travailleurs du thé dans le monde et leurs familles produisent chaque année environ 33 milliards de litres de ressources issues des toilettes – des ressources qui pourraient être converties en biocarburant, en électricité ou en co-compost, avec des impacts économiques, environnementaux et sociaux durables.

À Pune, l'une des 100 « villes intelligentes » de l'Inde, nous avons travaillé en collaboration avec les autorités pour concevoir le cadre d'une « ville intelligente de l'assainissement » et évaluer les possibilités d'intégrer l'économie de l'assainissement intelligent à la feuille de route municipale.

Tester ainsi les conclusions de nos études clés et évaluer la valeur de l'économie de l'assainissement pour des industries ou des zones géographiques spécifiques comme l'Afrique du Sud nous aide à « évangéliser » et à faire connaître l'économie de l'assainissement.

## En tant que coalition dirigée par des entreprises, la Toilet Board Coalition cherche à développer des solutions basées sur le marché. Quels sont les avantages de ces solutions ?

E. M. : La Coalition entend montrer qu'il est possible de fournir des services d'assainissement aux communautés mal desservies, et ce de manière rentable. Suite à sa formation en 2014, la TBC a éalisé une étude de grande ampleur, pour identifier des modèles commerciaux prometteurs dans le domaine de l'assainissement. Cette étude a identifié une centaine de projets pionniers, mettant en œuvre ou testant des approches basées sur le marché pour fournir des services d'assainissement aux consommateurs à faibles revenus<sup>2</sup>. Ces projets se distinguent par le fait qu'ils servent les populations les plus défavorisées (à la « base de la pyramide ») de manière durable, en vendant des solutions d'assainissement améliorées à un prix que les plus démunis sont en mesure de payer et disposés à le faire.

Les solutions basées sur le marché, étant commercialement et financièrement viables, contribuent à assurer la durabilité des innovations en matière d'assainissement. Favoriser des modèles commerciaux durables, même s'ils ne font pas payer directement le consommateur, permet à l'écosystème de l'assainissement de s'éloigner de l'aide caritative et des approches philanthropiques

1 The Sanitation Economy Opportunity for South Africa, 2019.

2 Graf, J., Kayser, O., et Brossard, S. (2014). Designing the Next Generation of Sanitation Businesses, Hystra for the Toilet Board Coalition, Agence Française de Développement, UK Department for International Development, Stone Family Foundation, Kimberly-Clark, Unilever.

classiques, et de s'affranchir des financements extérieurs. En outre, de telles solutions placent le consommateur final au cœur de la démarche, un aspect essentiel pour comprendre pleinement l'adoption et l'utilisation des consommateurs et concevoir ainsi des solutions adaptées. Contrairement aux modèles de développement purs, les solutions basées sur le marché répondent à une demande, et s'avèrent souvent plus adaptées aux besoins effectifs des populations.

Toutefois, les solutions basées sur le marché rencontrent des obstacles qui peuvent freiner leur mise en œuvre à grande échelle dans de nombreuses régions du monde. Tout d'abord, les aspects économiques de l'économie de l'assainissement ne sont pas faciles à saisir et varient beaucoup selon le contexte. En outre, les consommateurs sont rarement disposés à payer, partant du principe qu'il incombe aux gouvernements et aux acteurs du secteur public de prendre en charge les coûts de l'assainissement. La validation des consommateurs est également difficile à obtenir. Dans de nombreux marchés émergents, il est encore très stigmatisant de parler ouvertement d'assainissement, de produits d'hygiène menstruelle, d'eaux usées ou de défécation à l'air libre. Préconiser des solutions décentralisées, notamment pour le traitement des déchets, alors que les égouts sont considérés comme la référence, peut également s'avérer difficile. L'ambition de la TBC est d'aider les entrepreneurs et les entreprises à trouver les meilleures solutions pour surmonter ces écueils. Les grandes entreprises comme les membres de la TBC ont ici un rôle crucial à jouer, d'où le rôle central de notre programme de mentorat. Par exemple, les entreprises de biens de consommation peuvent mettre à profit leurs compétences en marketing pour élaborer de meilleures campagnes dans le domaine de l'assainissement, tandis que les acteurs du secteur de la construction peuvent aider à la fabrication de toilettes de qualité et abordables.

## Quelles sont, selon vous, les innovations les plus prometteuses dans ce domaine pour les années à venir sur le continent africain ?

E. M. : En Afrique, les innovations les plus prometteuses sont celles qui encouragent des comportements plus sûrs dans les communautés où la défécation à l'air libre est pratiquée, tout en favorisant un accès amélioré et abordable à l'assainissement. Par exemple, la marque de produits SATO, pour laquelle je travaille, a été lancée en 2013 avec un modèle, le SATO Pan, qui a été créé pour améliorer l'expérience et la sécurité des utilisateurs de latrines à ciel ouvert dans les communautés rurales. Il fournit actuellement des services d'assainissement améliorés à plus de 6 millions d'utilisateurs dans plus de 15 pays.

De plus en plus d'entrepreneurs s'intéressent aussi au traitement des déchets, afin d'en retirer de la valeur, par exemple sous forme de « croquettes » alimentaires, de carburant, d'énergie, etc. Au Kenya, Sanergy a mis en place un réseau d'unités sanitaires à base de conteneurs (container-based sanitation en anglais) pour collecter les déchets en toute sécurité et les transformer en produits finis de haute valeur utilisables, notamment en engrais organiques, en aliments pour animaux à base d'insectes, en énergie renouvelable, etc. En Afrique du Sud, Pennine Energy Innovation a également lancé le SavvyLoo, une toilette

à dessiccation portable dotée d'un système de séchage mobile intégré qui fournit un produit pouvant être utilisé comme compost. Au Ghana, Safisana traite les toilettes et les déchets organiques solides des communautés des bidonvilles et les transforme en électricité et en compost, avant de les vendre aux agriculteurs locaux et aux producteurs d'énergie locaux.

Enfin, les innovations s'inscrivant dans le cadre de l'économie de l'assainissement intelligent ont un réel potentiel d'avenir. Cette approche « smart » pourrait être appliquée aux trois marchés de l'économie de l'assainissement. Dans le secteur économique des toilettes, ce « virage intelligent » pourrait être accéléré par l'introduction de sanitaires intelligents, publiques et communautaires, équipés de capteurs recueillant des données environnementales ou sur l'utilisation. Ils pourraient fournir des informations précieuses en matière d'assainissement aux responsables municipaux, opérateurs, entreprises et utilisateurs. Dans l'économie circulaire de l'assainissement, le traitement intelligent des déchets constitue un levier de changement prometteur. La monétisation de la réutilisation des ressources, par exemple, permettrait une récupération et une conversion efficaces en produits réutilisables (tels que le compost énergétique et l'eau). Enfin, dans l'économie intelligente de l'assainissement elle-même, les technologies émergentes permettraient d'exploiter les données produites par les services d'assainissement pour fournir des informations préventives sur la santé. Par exemple, la surveillance en temps réel de la circulation des maladies infectieuses au moyen de biocapteurs et de prélèvements dans les toilettes publiques permettrait de lancer rapidement des alertes en cas d'épidémies menaçant la santé publique. Ces données pourraient donc permettre de dispenser des soins de santé moins coûteux et mieux ciblés.

## Cinq ans après le lancement de la Toilet Board Coalition, voyez-vous déjà un changement dans la prise en compte des questions d'assainissement ?

E. M. : Les 18 derniers mois ont été, selon moi, essentiels. Nous avons vu évoluer profondément la perception des défis que pose l'assainissement par les acteurs privés et public, notamment lors de notre Global Sanitation Economy Summit en novembre 2019. Comme nous l'avons remarqué lors de ce sommet, la sensibilisation est moins nécessaire et un nombre croissant d'acteurs sont prêts à agir. Cinq ans après le lancement de la TBC, le temps est venu pour nous de renforcer et de reproduire ce que nous avons construit jusqu'à présent. Notre espoir et notre objectif pour les années à venir est de voir un nombre croissant d'entreprises, a priori éloignées de ce secteur, réaliser qu'elles peuvent elles aussi trouver des opportunités de création de valeur dans ce secteur. L'économie de « l'assainissement intelligent », pour l'instant peu développée par rapport à l'économie circulaire et à l'économie des toilettes, offre des perspectives très intéressantes.

De toute évidence, la pandémie, en rappelant de façon brutale et soudaine au monde entier la valeur essentielle de l'assainissement et de l'hygiène – auxquels des milliards de personnes n'ont toujours pas accès – favorise un changement dans les mentalités et pourrait accélérer l'économie de l'assainissement.