

# RÉVÉLER LE POTENTIEL DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE FACE AU DÉFI DE L'ASSAINISSEMENT

**Louise Couder**  
Directrice des relations publiques,  
Sanergy

**Sheila Kibuthu**  
Responsable communication,  
Sanergy



Chaque jour, nous fournissons des services d'assainissement sûrs à plus de 130 000 citoyens - ©Sanergy

Louise Couder est la Directrice des relations publiques de Sanergy. Elle supervise les relations avec les parties prenantes, notamment les bailleurs de fonds, les investisseurs, les municipalités et les médias. Elle a plus de sept ans d'expérience dans la gestion de projets et la collecte de fonds au sein de Sanergy et de l'ONG Première Urgence Internationale. Elle est titulaire d'une maîtrise en études du développement de l'Université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne.

Sheila Kibuthu est Responsable de la communication chez Sanergy. Son rôle consiste à promouvoir la marque Sanergy auprès des médias et à faire connaître son action auprès des collectivités locales. Elle est titulaire d'une licence en communication et relations publiques de l'Université Daystar (Nairobi, Kenya).

La plupart des pays africains sont encore loin d'atteindre l'objectif de développement durable 6.2 : « D'ici à 2030, assurer l'accès de tous, dans des conditions équitables, à des services d'assainissement et d'hygiène adéquats ». Les maladies liées à un mauvais assainissement, comme la diarrhée, causent des milliers de décès évitables et constituent un frein à la productivité, l'éducation et la croissance économique.

Sanergy opère dans les bidonvilles de Nairobi une chaîne d'assainissement intégrée, développée par ses soins, permettant l'accès à des installations sanitaires équipées de conteneurs et s'appuyant sur les principes de l'économie circulaire. Son activité comporte trois volets : (1) la fabrication et l'installation de toilettes utilisées par plus de 130 000 personnes par jour, (2) le traitement des déchets organiques urbains - déchets de cuisine, agricoles, de marché et fécaux (12 000 tonnes de déchets éliminés en 2019) et (3) la commercialisation de produits finis destinés au secteur agricole. La mise en œuvre n'a pas toujours été facile mais l'étroite collaboration avec les autorités locales et les communautés a permis de construire un modèle de collaboration vertueux. Sanergy a prouvé que l'assainissement par conteneurs (en anglais, CBS pour Container-Based Sanitation) était adapté au cas des bidonvilles. Pour parvenir à l'équilibre financier, il faudra étendre le modèle opérationnel afin de collecter suffisamment de matières premières. Les solutions de ce type ne sont pas encore très répandues dans les bidonvilles africains, la double difficulté étant d'attirer des investisseurs et d'établir des relations solides avec les collectivités. Les travaux de sensibilisation menés par Sanergy et par la coalition du secteur (CBSA) vont en ce sens.

## INTRODUCTION

Dans le monde, 2,3 milliards de personnes vivent sans accès aux services sanitaires élémentaires et près de 900 millions pratiquent la défécation en plein air<sup>1</sup>. Or le manque d'installations sanitaires de base est la cause de nombreuses maladies (choléra, diarrhée, dysenterie, hépatite A) ainsi que d'une multitude de problèmes sociaux (anxiété, indignité, risque d'agression sexuelle, perte de temps). Ces problèmes entraînent des pertes annuelles à hauteur de 260 milliards de dollars<sup>2</sup>. En résolvant ce problème d'accès aux installations sanitaires, il serait possible d'éviter plus de 2 millions de décès par an, dont une majorité d'enfants<sup>3</sup>. Dans les pays africains, dont la population croît rapidement et dont les ressources gouvernementales sont limitées, la question de l'assainissement est un défi vital et urgent.

L'assainissement est devenu une priorité pour le gouvernement kenyan, mais le manque de ressources financières entrave les projets. À Nairobi, deux tiers des citoyens n'ont pas accès aux

<sup>1</sup> Banque mondiale, 2015

<sup>2</sup> OMS, "Global costs and benefits of drinking-water supply and sanitation interventions to reach the MDG target and universal coverage", 2012

<sup>3</sup> ONU, «Eau propre et assainissement : pourquoi est-ce important ?», 2016

services d'assainissement, car la plupart des bidonvilles ne sont pas reliés à un réseau d'égouts<sup>4</sup>. Face à ce défi, Sanergy formule une proposition innovante, reposant sur un réseau de toilettes équipées de conteneurs (qui n'ont pas besoin d'être reliées au réseau) et sur l'économie circulaire.

## LE DÉFI DE L'ASSAINISSEMENT EN AFRIQUE

### L'IMPORTANCE DE L'ASSAINISSEMENT

L'objectif de développement durable n° 6.2, entend assurer l'accès de tous, dans des conditions équitables, à des services d'assainissement et d'hygiène adéquats et à mettre fin à la défécation en plein air d'ici 2030. Malgré les progrès significatifs réalisés depuis 1990 - plus de 2,2 milliards de personnes ont désormais accès à des toilettes améliorées - près d'une personne sur trois dans le monde vit sans accès à un assainissement adéquat<sup>5</sup>. En 2010, des progrès significatifs ont été réalisés au Kenya quand l'assainissement est devenu un droit constitutionnel. L'article 43 de la Constitution indique que toute personne a droit aux « standards raisonnables d'assainissement ». Le gouvernement kenyan est fermement décidé à éradiquer la défécation en plein air d'ici 2030 et la loi KESHP (Kenya Environmental Sanitation and Hygiene Policy), élaborée par le ministère de la Santé, a déjà fait avancer la lutte contre l'assainissement dangereux et polluant. Toutefois, malgré cette ambition politique, les investissements ne suffisent pas à atteindre l'objectif : le gouvernement du Kenya ne dépense que 3 dollars par an et par habitant pour le système officiel d'assainissement - réseau de tout à l'égout - alors qu'il faudrait 54 dollars par personne pour que toute la ville bénéficie d'un service suffisant<sup>6</sup>. De plus, le taux de croissance de la population de Nairobi, près de 4 % par an, incite à réfléchir à d'autres solutions, moins coûteuses, plus flexibles et plus rapides à mettre en œuvre. En outre, Nairobi est confrontée à des crises fréquentes d'approvisionnement en eau, car la demande de sa population en constante augmentation dépasse la capacité d'approvisionnement de ses infrastructures (barrage local, canaux de transfert, tunnels).

Les avantages de l'accès à des services d'assainissement et d'hygiène adéquats pour tous sont multiples. Premièrement, une amélioration notable pour la santé, avec une baisse du nombre de maladies diarrhéiques et une meilleure nutrition. La diarrhée est la deuxième cause de mortalité chez les enfants de moins de 5 ans et une cause importante des retards de croissance dus à la malnutrition<sup>7</sup>. Deuxièmement, le manque d'assainissement est un frein à la croissance économique, avec des pertes considérables : 6,4 % du PIB en Inde (2006), 7,2 % au Cambodge (2005) et 2,4 % au Niger (2012)<sup>8</sup>. Ces sommes se perdent dans les décès prématurés, les traitements médicaux, la baisse de productivité et le manque de temps. En outre, l'élimination et le traitement inadéquats des eaux

usées et des matières fécales polluent gravement les écosystèmes. Les excréments humains constituent un fardeau pour la plupart des pays, alors qu'ils pourraient être transformés en une ressource rentable (engrais, énergie, eau, etc.).

### PEU DE SOLUTIONS POUR LES HABITANTS DES BIDONVILLES

L'installation d'infrastructures d'assainissement n'est pas possible dans toutes les villes, surtout à court terme. Elle nécessite des milliards de dollars et les gouvernements ont souvent d'autres priorités. Dans les bidonvilles urbains, la topographie – souvent complexe – entrave encore le développement d'infrastructures lourdes.

Lorsqu'il n'y a pas d'égouts pour que chacun dispose de toilettes individuelles sûres, les résidents se retrouvent face à 4 options : (1) des toilettes communautaires reliées à une fosse simple et payantes. Elles sont souvent coûteuses et en mauvais état, (2) des toilettes partagées entre 10 à 50 ménages vivant dans la même zone ou dans la même résidence. Elles sont généralement dotées de latrines à fosse simple et souvent insuffisamment entretenues car difficiles d'accès, (3) des « toilettes volantes » (pratique qui consiste à faire ses besoins dans un sac en plastique et le jeter le plus loin possible), ce qui a un impact négatif sur l'environnement, enfin (4) la défécation en plein air dans des zones ouvertes telles que les terrains vagues/décharges, les berges des cours d'eau, le long des voies ferrées, etc. On estime que 66 % du volume des excréments générés à Nairobi<sup>9</sup> n'est pas traité dans le système municipale de transport et traitement des boues de vidange, ce qui cause la pollution de la plupart des rivières et canaux. Sans oublier que ces solutions « alternatives » ne sont pas satisfaisantes pour les populations : la plupart sont dangereuses pour la santé et l'environnement.

*Près d'une personne sur trois dans le monde vit sans accès à un assainissement adéquat*

### LE RÔLE DU SECTEUR PRIVÉ POUR AMÉLIORER CES SOLUTIONS ALTERNATIVES

Dans cette situation, l'installation de toilettes reliées à des conteneurs, qui consiste à collecter les excréments humains dans des conteneurs amovibles (bidons) puis à les transporter vers des installations de traitement, semble être une solution prometteuse. En 2016, la loi kényane KESHP a reconnu cette solution comme une alternative d'assainissement efficace. Elle reconnaît ainsi le rôle du secteur privé dans l'amélioration des questions d'assainissement et la valeur des solutions comme celle développée par Sanergy.

Il est complexe de relever le défi de l'accès à des services d'assainissement et d'hygiène adéquats pour tous. Au-delà des infrastructures et des technologies, les gouvernements et le secteur privé doivent se rappeler que pour assurer une transition vers un assainissement adéquats pour tous, il faut aussi accompagner le changement de comportement. De nombreux facteurs sociologiques, économiques et culturels influencent les décisions et il faut les prendre en compte pour s'assurer que d'éventuelles nouvelles infrastructures seront adoptées et utilisées. Sans cette prise en compte, de nouvelles options d'assainissement disponibles pourraient ne pas être utilisées, même si elles sont plus adéquates.

4 Cathy Watson, "Thirsty city : after months of water rationing Nairobi may run dry," The Guardian, 24 juillet 2017

5 Banque mondiale, 2015

6 Sanergy, étude interne, 2018

7 OMS, 2017

8 Banque mondiale, Programme pour l'eau et l'assainissement, 2012

9 APHRC, Sanergy, NCCG, NWSC, Nairobi's Shit Flow Diagram



Sanergy a installé plus de 3500 « Fresh Life Toilets » dans 11 zones d'habitation informelle à Nairobi - ©Sanergy

## LA SOLUTION SANERGY : RÉVÉLER LE POTENTIEL DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

### UNE AFFAIRE DE BON SENS : CRÉER DE LA VALEUR LÀ OU ON NE L'ATTEND PAS

Sanergy a été fondée en 2009 par trois étudiants du MIT (David Auerbach, Lindsay Stradley et Ani Vallabhaneni) déterminés à relever le défi de l'assainissement dans les pays émergents. Leur idée initiale était de transformer les déchets humains en biogaz. La production d'énergie semblait particulièrement prometteuse à ces étudiants du MIT et répondait à une demande locale. Le nom de la société, Sanergy, créé à cette époque, réunit ainsi « assainissement » et « énergie ». Six mois après le lancement, ils ont dû se rendre à l'évidence : ne disposant pas de quantités de matières premières suffisantes, le biogaz n'était pas rentable. Ne trouvant pas de solution pour augmenter la collecte des intrants, ils ont changé d'objectif pour obtenir un retour sur investissement plus rapide. L'engrais semblait être le produit le plus prometteur, avec un processus de transformation (la décomposition naturelle) déjà bien éprouvé et plus facile à maîtriser que la production de biogaz. Depuis lors, Sanergy a élargi sa gamme de produits (aliments pour animaux à base d'insectes, briquettes de biomasse pour la combustion) et travaille sans cesse au développement de nouveaux produits.

### UNE MAÎTRISE DE LA CHAÎNE DE VALEUR DE BOUT EN BOUT

Sanergy a développé un modèle circulaire dans lequel l'entreprise crée de la valeur pour les différentes parties prenantes à chaque étape du cycle. Les déchets et le fardeau des uns deviennent la ressource et l'opportunité des autres. Toutefois, le cycle intègre

de nombreux acteurs, ce qui comporte des avantages et des inconvénients. L'écosystème de cet assainissement circulaire fait en effet intervenir des entrepreneurs, des opérateurs du secteur des déchets, de petites et grandes entreprises, des municipalités et des donateurs internationaux.

L'activité de Sanergy peut être divisée en trois axes de travail : proposer aux habitants des communautés locales un accès aux infrastructures et des opportunités économiques, collecter en toute sécurité les déchets d'assainissement, enfin transformer les déchets en produits de valeur, notamment pour les agriculteurs.

*Sanergy a développé un modèle circulaire dans lequel l'entreprise crée de la valeur pour les différentes parties prenantes à chaque étape du cycle. Les déchets et le fardeau des uns deviennent la ressource et l'opportunité des autres*

### DES INSTALLATIONS SÛRES ET ABORDABLES ET DES OPPORTUNITÉS ÉCONOMIQUES POUR LES HABITANTS DES BIDONVILLES

Le premier axe de travail consiste à développer un réseau de toilettes dans les bidonvilles de Nairobi. Aujourd'hui, Sanergy dispose de 3 500 toilettes, utilisées par plus de 130 000 personnes par jour dans 11 quartiers informels, avec un taux de pénétration de 13 % dans les quartiers où l'entreprise opère. Ces toilettes sont des latrines à faible coût, de haute qualité, reliées à un conteneur,

appelées « Fresh Life Toilets » (FLT). Sanergy confie ces toilettes à des entrepreneurs locaux (2 000 entrepreneurs à l'heure actuelle) sur un modèle de franchise. Les franchisés, appelés les Fresh Life Operators (FLO), font payer une petite redevance aux utilisateurs.

Sanergy déploie des toilettes pour différents types d'utilisateurs : des habitants (B2C) et des institutions résidentielles et communautaires (B2B).

- Du côté des entreprises (B2B), le modèle de franchise résidentielle de Sanergy représente 76 % du réseau. Ils fournissent des toilettes aux propriétaires gérant des résidences et des institutions communautaires comme des





Le personnel de Sanergy collecte très régulièrement les déchets auprès de la communauté, de façon professionnelle et hygiénique - ©Sanergy

écoles, des cliniques ou des églises. Pour les propriétaires, l'installation d'une toilette Fresh Life est un moyen d'augmenter la valeur de la propriété locative et de satisfaire les locataires. Ils n'ont aucun investissement initial et se contentent de verser une redevance mensuelle de 8,50 \$ par toilette pour tous les services associés (collecte régulière des déchets, entretien, assistance à la clientèle).

- En ce qui concerne le B2C, Sanergy franchise les toilettes Fresh Life à des membres de la communauté qui gèrent les toilettes comme des toilettes publiques payantes, c'est-à-dire en prenant en charge la promotion et le nettoyage quotidien des toilettes. La première année de leur contrat de franchise, les entrepreneurs achètent les toilettes pour 270 \$ (ils ont accès à un prêt à taux zéro fourni par Sanergy) et versent une redevance annuelle de franchise de 70 \$ pour tous les services associés (collecte régulière des déchets, entretien, assistance à la clientèle) assurés par les employés de Sanergy. Les FLO sont encouragés à suivre le prix du marché pour faire payer les utilisateurs : généralement 5 KSh (0,05 \$) par utilisation. Les revenus générés par les FLO peuvent atteindre 1000 dollars par an. Ce modèle est donc attractif et les demandes de franchise ont augmenté de façon considérable dans les quartiers fortement touchés par le chômage (40 % dans la plupart des bidonvilles kenyans)<sup>10</sup>.

Les FLO des deux types de franchise reçoivent un kit (borne de lavage des mains, savon, serpillière et seau de nettoyage, bottes et gants de sécurité) et doivent fournir de la sciure, du papier toilette, de l'eau et du savon aux utilisateurs.

#### UNE COLLECTE DES DÉCHETS DÉCENTRALISÉE AVEC DES COLLECTEURS FORMÉS ET ÉQUIPÉS

Sanergy assure également la collecte des déchets fécaux des toilettes Fresh Life (FLT) vers l'usine de recyclage des matières

organiques. Le défi opérationnel est considérable car il convient de collecter plus de 3 000 unités de FLT dans les rues étroites des bidonvilles de Nairobi, et ce très fréquemment. Sanergy dispose de 100 collecteurs de déchets formés pour nettoyer soigneusement les déchets chaque jour. Ils utilisent des chariots manuels pour transporter les barils de déchets scellés en dehors des bidonvilles, puis les chargent sur des camions avant de les acheminer vers l'usine de traitement et de transformation, située à la périphérie de la ville.

C'est une étape essentielle. En effet, si la vidange et le nettoyage ne sont pas correctement effectués, la réputation du service sera dégradée. Au contraire, des toilettes bien entretenues attireront naturellement de nouveaux utilisateurs et franchisés.

Contrairement aux autres employés de ce secteur, qui vivent généralement les fosses des toilettes publiques ou partagées dans des conditions désastreuses, les collecteurs de déchets de Fresh Life sont formés et bénéficient d'une assurance maladie, d'un contrat de travail, de protections individuelles et de vaccins visant à les protéger contre les maladies potentiellement transmissibles par ce type de déchets.

La plupart d'entre eux sont des membres de la communauté et connaissent bien les problèmes d'assainissement. Par leur travail, ils contribuent à l'amélioration de la vie quotidienne des habitants, ce qui leur vaut une reconnaissance sociale importante dans le quartier.

#### DES PRODUITS FINIS AGRICOLES À BASE DE DÉCHETS D'ASSAINISSEMENT

Une fois livrés dans les installations de recyclage, les déchets sont traités et transformés en trois gammes de produits : engrais organiques, protéines destinées à l'alimentation animale et briquettes de combustion.

Le premier produit est un engrais organique riche en nutriments, conçu pour enrichir les sols des agriculteurs kenyans et augmenter leurs rendements. La plupart des clients sont des agriculteurs de

<sup>10</sup> Programme de développement de l'ONU, «Rapport sur le développement humain 2016 : Développement humain pour tous»



Plus de 1000 agriculteurs utilisent les produits agricoles Sanergy et ont constaté une augmentation de 30 % de leurs rendements - ©Sanergy

petites ou moyennes exploitations. L'engrais est fabriqué à partir des matières fécales collectées par Sanergy dans les conteneurs de son réseau de toilettes et d'autres déchets organiques. Sanergy traite les déchets fécaux afin d'éliminer tout agent pathogène. Cette solution présente un gros avantage : elle réduit la dépendance des agriculteurs à l'égard des engrais chimiques importés. Le produit de Sanergy améliore la santé des sols en ajoutant de la matière organique et assure, comme cela a été prouvé, un meilleur rendement des cultures (+30 %) à long terme, ce qui en fait un intrant plus rentable. Une partie des déchets collectés est transformée en protéines destinées à l'alimentation animale. Le processus implique l'élevage de larves de mouches soldats noires, un insecte qui convertit naturellement et efficacement les déchets en un aliment sain pour les animaux. Les clients ont fait état d'une augmentation de 30 % des rendements grâce à l'utilisation de ces aliments à haute teneur en protéines. Le produit est une alternative durable à la farine de poisson communément utilisée dans l'élevage de poulets et de porcs, qui a entraîné la surpêche et la destruction de l'écosystème de la région du lac Victoria. Sanergy développe aussi des briquettes énergétiques à usage industriel, fabriquées à partir de déchets organiques et sanitaires. Produites localement, ces briquettes limitent la dépendance du Kenya vis-à-vis des combustibles fossiles.

Les processus industriels mentionnés ci-dessus sont généralement rentables à condition qu'ils puissent compter sur une grande quantité de déchets. La difficulté consiste alors à pouvoir augmenter rapidement la quantité de matière première, qu'il s'agisse de déchets d'assainissement provenant du réseau de toilettes Fresh Life ou de déchets organiques collectés par ailleurs.

## LES FACTEURS CLÉS DE SUCCÈS DE LA MISE EN PLACE DE SYSTÈMES D'ASSAINISSEMENT DANS LES BIDONVILLES AFRICAINES

### UN ENVIRONNEMENT FAVORABLE ET DE BONNES RELATIONS AVEC LES AUTORITÉS LOCALES

Depuis plus de dix ans, Nairobi est un centre d'affaires majeur en Afrique de l'Est. Certains entrepreneurs sociaux ont déjà connu un grand succès, comme le fournisseur d'énergie solaire M-Kopa et l'ONG agricole One Acre Fund. Cet environnement a instauré un climat dynamique et collaboratif, favorable aux start-ups comme Sanergy.

Outre ce secteur privé dynamique et innovant, le secteur public a un rôle à jouer dans le domaine de l'assainissement. En effet, Sanergy a besoin de recevoir l'aval des autorités publiques pour mener ses activités, installer des toilettes Fresh Life dans des quartiers informels et collecter tous les déchets générés. Il lui faut aussi des garanties de sécurité et l'autorisation de vendre ses produits agricoles. Sanergy dispose d'une équipe dont le rôle est de travailler auprès des autorités locales afin de suivre de près les directives et la réglementation, obtenir des labels et des licences d'exploitation et garantir l'accès aux terrains où installer ses toilettes et ses infrastructures de traitement des déchets. Il s'agit là d'un défi essentiel pour espérer un jour pénétrer de nouveaux marchés, en dehors du Kenya. Sanergy a lancé un service de conseil appelé Citywise. Citywise aide les acteurs de l'assainissement, principalement les municipalités, à évaluer leurs besoins et les aide à développer des solutions telles que les toilettes reliées à un conteneur. Ils travaillent actuellement avec Kisumu au Kenya et Bukavu en République démocratique du Congo.



## NOTORIÉTÉ ET RÉPUTATION DE LA MARQUE

La notoriété de la marque a joué un rôle clé dans l'expansion de Sanergy, la difficulté étant de construire une marque crédible dans laquelle les communautés auraient envie d'investir. Dès ses débuts, pour résoudre le problème de l'assainissement, Sanergy a utilisé une approche axée sur les problèmes existants plutôt que sur les solutions. Les communautés ont exprimé leur mécontentement face au manque d'hygiène et d'infrastructures sanitaires : les « toilettes volantes » et les latrines à fosse simple insalubres, néfastes pour la santé et l'environnement. Le souhait de prendre un nouveau départ et d'améliorer leur hygiène a donné naissance à la marque « Fresh Life » de Sanergy. Sanergy a alors misé sur l'engagement de la communauté locale pour construire sa marque. Pour cela, elle a mis le client au cœur du processus : les habitants des bidonvilles ont partagé volontiers leurs expériences, leurs attentes et leurs aspirations en vue d'améliorer les conditions de vie de leur communauté.

Parallèlement, Sanergy a mis sur pied une équipe marketing organisant des événements ludoéducatifs de sensibilisation. Ceux-ci ont attiré des centaines de personnes, ce qui a permis à Fresh Life de sensibiliser certains aux questions de la santé et des habitudes sanitaires, comme l'utilisation des toilettes, le lavage des mains et l'évacuation des déchets en toute sécurité. La radio locale a diffusé des chansons de hip-hop à la radio locale, notamment un slogan accrocheur que les enfants ont longtemps gardé en tête et chanter chez eux. Des fêtes de quartier ont été organisées pour célébrer l'arrivée des toilettes et présenter le concept de toilettes Fresh Life. Les toilettes elles-mêmes ont été décorées pour communiquer sur la marque : avec leurs parois bleu vif et leur logo Fresh Life coloré, elles contrastent nettement avec la palette de couleurs ternes des bidonvilles. En fin de compte, Fresh Life a compris le contexte communautaire et commercialisé ses premiers produits et services autour d'un modèle de franchise doublement intéressant : améliorer la santé publique et l'autonomisation économique.

## ACCOMPAGNER LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT

Sanergy a déployé beaucoup d'efforts, à différentes étapes de son activité, pour accompagner le changement de comportement. L'entreprise a mis sur pied une équipe commerciale dédiée, composée de membres de la communauté, ce qui constitue sans doute la stratégie de communication la plus efficace. Ces employés font connaître au reste de la communauté les produits et services de Sanergy. Le développement commercial et les changements de comportements dépendent aussi des opérateurs des toilettes (FLO) et des dirigeants locaux, qui sont de très bons ambassadeurs puisqu'ils ont investi dans le projet et qu'ils y participent. Une formation sur l'hygiène et l'assainissement est également dispensée dans les écoles, les enfants étant d'excellents vecteurs des changements de comportement dans leur propre famille.

La diffusion d'informations pair à pair s'est avérée un excellent moyen de promouvoir les solutions de Sanergy et d'encourager les changements de comportement. Le réseau Fresh Life a été créé intentionnellement au sein de la communauté - des franchisés aux vendeurs en passant par les collecteurs de déchets : ces personnes ont grandi dans les quartiers informels et les connaissent très bien. Ayant désormais un lien personnel avec la mission de Sanergy,

ils communiquent très naturellement sur l'intérêt d'utiliser des infrastructures sanitaires adéquates. Pour améliorer l'expertise sur le terrain, Fresh Life propose des formations régulières et un soutien opérationnel en permanence, en accompagnant les entrepreneurs de la communauté au fur et à mesure de la mise en place de leur activité professionnelle. Le changement de comportement est tout aussi essentiel à la dernière étape du cycle de Sanergy. Les produits agricoles de Sanergy sont radicalement innovants pour de nombreux agriculteurs et l'utilisation d'intrants agricoles fabriqués à partir de déchets humains peut être perçue comme risquée par certains. Pour conquérir des parts de marché, Sanergy s'appuie sur l'influence des agriculteurs principaux qui ont testé et approuvé ces produits. La recommandation pair à pair est, là encore, essentielle pour changer les comportements. Elle permet de renforcer la confiance et de rassurer sur les performances des produits.

## CONCLUSION

Il sera difficile de fournir des systèmes d'assainissement à l'ensemble des villes africaines, en raison de l'urbanisation galopante mais aussi des moyens financiers et techniques nécessaires pour installer de telles infrastructures. Or, les populations ne peuvent pas attendre. Des solutions comme celle développée par Sanergy permettent de répondre à ce besoin urgent.

La solution des toilettes à conteneur est sûre, économe en eau et abordable, ce qui répond à certaines contraintes du continent africain. De plus en plus d'acteurs privés testent des installations de ce type dans différentes régions du monde : Clean Team au Ghana, Loowatt à Madagascar, x-runner au Pérou, SOIL en Haïti, etc. Les 95 % d'économie qu'elles permettent de réaliser par rapport à l'installation d'un réseau classique en font une innovation révolutionnaire. Toutefois, il leur manque encore la confiance d'une partie des investisseurs et le soutien de certaines municipalités.

Pour accélérer l'adoption et la mise à l'échelle de ces solutions, un groupement d'entrepreneurs du secteur - Container-Based Sanitation Alliance (CBSA) - encourage le partage des connaissances et l'apprentissage, renforce la légitimité en créant un ensemble de directives et de normes communes. La Toilet Board Coalition (TBC), un partenariat mondial dirigé par des acteurs du secteur privé, a également l'ambition d'accélérer la mise en œuvre de ces toilettes, avec des programmes de recherche, des aides aux entrepreneurs de l'assainissement, et l'établissement de liens entre les secteurs privé, public et à but non lucratif. Selon TBC, en collaborant de manière efficace, les acteurs de ce secteur pourraient obtenir une reconnaissance accrue, se développer davantage et créer un impact durable.