

Étude de cas de mise en œuvre de la conservation et du traitement de l'eau à domicile : Filtres en céramique au Guatemala



Détails du programme



Organisme responsable : Ecofiltro (Guatemala)

Produit / technologie : filtres à pot en céramique

Dates : organisation fondée dans les années 1990, devenue une entreprise sociale à but lucratif en 2009

Nombre de filtres distribués : plus de 250 000 à ce jour (2016)



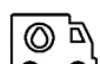



Aperçu du programme :

Ecofiltro a démarré en tant qu'organisation à but non lucratif il y a plus de 25 ans au Guatemala, en distribuant gratuitement des filtres dans des communautés rurales. En 2009, le nouveau PDG Philip Wilson a engagé la transition d'Ecofiltro vers un modèle d'entreprise sociale. Ecofiltro a pour objectif de fournir de l'eau potable à 1 million de personnes dans les zones rurales du Guatemala d'ici 2020.

Ecofiltro a ouvert en 2012 une usine moderne qui produit 8 000 filtres en céramique chaque mois. Les filtres sont assemblés avec des réservoirs produits localement, qui vont du seau en plastique aux pots artisanaux en céramique ou émaillés. Cette variété de produits permet à Ecofiltro d'avoir de nombreux clients. Plus de 400 entrepreneurs (vendeurs) communautaires font la promotion des filtres et les vendent, avec l'appui de 10 représentants d'Ecofiltro sur le terrain. Les entrepreneurs sont des personnes très respectées dans leurs communautés respectives ; ils sont formés et soutenus par Ecofiltro. Les représentants sur le terrain sont des employés d'Ecofiltro responsables de la communication et de la coordination.

En 2014, Ecofiltro a commencé à travailler dans les écoles des communautés rurales. Des filtres sont donnés aux écoles par des fondations et des entreprises, dont Ecofiltro elle-même. Ce programme scolaire permet aux membres des communautés de se familiariser avec la technologie. Les entrepreneurs communautaires travaillent avec les écoles afin qu'elles fassent la promotion des filtres et qu'elles en distribuent aux familles de la communauté.

Qui est impliqué ?

Groupe / organisation	Créer de la demande	Fournir des produits et des services	Faire un suivi pour améliorer le programme	Développer les compétences	Financer
					
<i>Ecofiltro</i>	✓	✓	✓	✓	✓
<i>Entrepreneurs dans les communautés</i>	✓	✓	✓	✓	
<i>Écoles</i>	✓				
<i>ONG et entreprises</i>	✓	✓			✓
<i>Entreprise acheteuse de crédits carbone</i>			✓		✓

Détails de l'étude de cas



Créer une demande

Au départ, Ecofiltro était une organisation familiale qui distribuait des filtres gratuitement. Le PDG Philip Wilson s'est rendu compte que ce n'était pas le meilleur moyen de créer une demande pour les filtres et de montrer leur valeur. Sous sa direction, Ecofiltro a changé d'approche et vend maintenant ses filtres à trois types de clients différents :

- Familles rurales
- Familles urbaines
- Entreprises privées et organisations non gouvernementales (ONG)

¿QUIERES AHORRAR?

MES	SEMANAS	PRECIO CARRUAJOS
ENERO	4	Q128
FEBRERO	4	Q128
MARZO	4	Q128
ABRIL	4	Q128
MAYO	4	Q128
JUNIO	4	Q128
JULIO	4	Q128
AGOSTO	4	Q128
SEPTIEMBRE	4	Q128
OCTUBRE	4	Q128
NOVIEMBRE	4	Q128
DICIEMBRE	4	Q128
TOTAL AL AÑO		Q1,536

PURIFICADOR DE AGUA
RICA FRESCA Y SALUDABLE

PBX: 7955 8555 | www.ecofiltro.com | **ecofiltro**

ecofiltro
La solución para purificar agua

¿Que beneficios te dará ecofiltro?

- ahorro mes a mes
- salud para tu familia
- sabor puro
- cuidado al ambiente
- agua en abundancia

Plan de pago
Entrega: Q100

Mes 1: Q50
Mes 2: Q50
Mes 3: Q50
Mes 4: Q50

¡Ahorra más de Q1,500 anuales!

Representante: _____
Contacto: _____

Supports promotionnels d'Ecofiltro pour les familles urbaines (à gauche) et rurales (à droite)

Familles rurales et programme scolaire

Dans les zones rurales, Ecofiltro s'appuie sur des entrepreneurs communautaires. Ces entrepreneurs sont des personnes respectées dans leurs communautés respectives. Ils sont formés à la vente et à la promotion des filtres par Ecofiltro. Ils savent quels messages vont avoir le plus d'impact pour convaincre et motiver leurs voisins. Par exemple, ils utilisent des supports de communication qui mettent en valeur les économies que l'on peut faire lorsque l'on n'a plus besoin d'acheter du bois pour faire bouillir l'eau. Cela aide les membres de la communauté à voir les coûts et les bénéfices de la technologie sous un autre angle.

Ecofiltro a constaté qu'en impliquant les enfants, il était possible d'exercer une influence certaine sur les normes sociales et de créer de la demande dans les communautés rurales. Les enfants exercent une forte influence sur leurs parents. Le programme scolaire est un des moyens qui permettent à Ecofiltro d'augmenter la demande de la part des familles.

Dans le programme scolaire, des représentants de terrain d'Ecofiltro identifient les écoles les plus motivées et les mieux organisées dans une région donnée. Ils prévoient une date pour livrer un filtre à chaque classe, et un autre pour la cuisine. En 2015, Ecofiltro a fourni des filtres gratuitement à 823 écoles. Ces filtres ont été financés grâce à des sponsors tels que Coca-Cola, Visa et Nestlé.

Étude de cas de mise en œuvre de la CTED : Filtres en céramique au Guatemala

Lorsque les filtres sont livrés dans les écoles, les représentants d'Ecofiltro organisent une réunion communautaire à laquelle participent les parents d'élèves. Au cours de ces réunions, les représentants expliquent quels sont les bénéfices de l'eau potable et des filtres en céramique au niveau économique et sur la santé. Les parents peuvent participer au programme "water for life" (eau pour la vie), qui leur permet d'acheter leur propre filtre en adhérant à un calendrier de paiement. Les familles peuvent choisir de payer le filtre en trois mensualités ou tout d'un coup. Un responsable communautaire est désigné pour collecter les paiements.



Des enfants participent à un programme de diffusion dans des écoles (2015)

Ecofiltro a récemment commencé à proposer des essais gratuits de deux semaines afin que les familles rurales puissent expérimenter les bénéfices du filtre sans s'engager à en acheter un. La plupart des familles qui ont participé à l'essai gratuit ont fini par en acheter un.

Familles urbaines

Dans les zones urbaines, Ecofiltro s'appuie sur des distributeurs pour promouvoir et vendre ses filtres. Ils proposent une gamme de réservoirs en argile, en céramique et émaillés qui rencontrent plus de succès auprès des consommateurs urbains. Ecofiltro peut vendre ces produits plus raffinés à des prix bien plus élevés, et ainsi générer des marges bien plus importantes. Pendant les premières années, Ecofiltro a pu subventionner ses filtres en milieu rural grâce aux bénéfices réalisés sur la vente de filtres en milieu urbain.



Ecofiltros dans un bar populaire (à gauche) et dans un poste de distribution d'eau publique (à droite)

Étude de cas de mise en œuvre de la CTED : Filtres en céramique au Guatemala

Ecofiltro place ses filtres de manière stratégique dans des lieux de rassemblement urbains populaires tels que des cafés et des hôtels. Vendre ou donner des filtres dans ce genre d'endroits permet de donner de la crédibilité à la marque et de la faire connaître. Récemment, Ecofiltro a commencé à installer des postes de distribution d'eau à l'extérieur de restaurants pour permettre à tous les gens qui passent devant d'avoir de l'eau potable. Cela a largement contribué à faire connaître le produit. Des journaux ont écrit des articles sur les postes de distribution d'eau d'Ecofiltro, ce qui a permis de faire connaître Ecofiltro et son modèle commercial social.



Exemples de produits Ecofiltro disponibles en ligne.
A gauche : réservoir en plastique (300Q soit environ 40 \$ US)
A droite : céramique peinte (1400Q soit 180 \$ US)

Ecofiltro présente ces produits sur un site Internet attractif et accessible (www.ecofiltro.com). Les clients peuvent y comparer différentes options de filtres, commander des filtres en ligne, ou localiser un distributeur. Ecofiltro est actif sur les réseaux sociaux ; ses articles et rapports d'activités sont lus par plus de 100 000 abonnés.

Organisations

Ecofiltro vend ses produits à des familles urbaines et rurales, mais aussi à des ONG et à des entreprises. Des sociétés comme Coca Cola et Nestlé aident leurs employés à se payer des filtres pour leurs domiciles. Nombre de ces sociétés contribuent au programme scolaire d'Ecofiltro en donnant des filtres aux écoles dans lesquelles leurs enfants sont scolarisés.

Ecofiltro vend des filtres en commandes groupées à des ONG variées, telles que Save the Children et Project Concern International (PCI). Ces ONG distribuent ensuite les filtres et collectent les paiements auprès des familles qui participent à leurs programmes.

Leçons apprises : créer de la demande

Quand Ecofiltro est passé à modèle à but lucratif dans les communautés rurales, ils ont eu des difficultés à faire rembourser la totalité des emprunts à certaines familles. Ecofiltro travaille maintenant avec des écoles, et implique activement les enseignants et des parents d'élèves respectés dans la communauté pour effectuer la promotion et la vente des filtres. Les clients signent une convention qui précise les remboursements auxquels ils s'engagent en achetant un filtre. Lorsque des clients ont à faire à des membres de la communauté qu'ils connaissent et qu'ils respectent, il est plus probable qu'ils respectent leur engagement et qu'ils paient toutes leurs échéances.

Ecofiltro considère que son programme de filtres sera plus durable si les familles sont volontaires pour acheter les produits plutôt que s'ils les reçoivent gratuitement. Certaines organisations donnent des filtres gratuitement ; d'autres, notamment Ecofiltro, les vendent. Cela peut mener certaines familles à considérer les filtres comme un produit gratuit plutôt que comme un objet utile. Pour résoudre ce problème, Ecofiltro a décidé de vendre en commandes groupées à des ONG uniquement si celles-ci demandent une contribution financière aux bénéficiaires de filtres.



Fournir des produits et des services

Entre 2009 et 2015, Ecofiltro a vendu 75 000 filtres à des clients urbains et 160 000 à des clients ruraux. La production et la distribution d'une telle quantité demande un bon processus de fabrication et une chaîne logistique efficace. L'usine d'Ecofiltro fabrique le pot en céramique qui compose les filtres, et Ecofiltro achète les récipients à des fournisseurs externes.

Usine de pots en céramique

Ecofiltro a ouvert son usine en 2012 pour augmenter sa capacité de production. Le personnel y fait fonctionner deux fours, cinq jours par semaine, et y produit 480 pots chaque jour.

Ecofiltro choisit avec soin des matériaux de base très qualitatifs, soumet les filtres à des tests d'échec, et contrôle de près tous les paramètres tels que la température des fours, le temps de séchage, et le débit de filtration.

Réservoirs

Pour les marchés ruraux et pour les filtres à bas coût en milieu urbain, les réservoirs sont de simples seaux en plastique. Ils sont achetés auprès de fabricants de plastique locaux.



Usine de pots en céramique



Un artisan travaille sur un nouveau design de réservoir de filtre

Certains clients préfèrent payer plus cher pour des filtres plus esthétiques. Ecofiltro emploie des artisans locaux et des petites entreprises pour fabriquer des réservoirs plus raffinés en terre, céramique ou émaillés. Ils sont décorés et vendus avec une marge confortable aux clients urbains. Les filtres sophistiqués sont très populaires, et Ecofiltro a parfois du mal à répondre à la demande. Ils essaient d'augmenter le nombre d'artisans locaux qui fabriquent des réservoirs. Ils pensent que cela devrait être plus facile lorsque des artisans verront qu'il y a une demande croissante pour ces produits, et que cela vaut le coup d'apprendre à fabriquer des réservoirs.

Assemblage, vente, distribution et entretien des filtres

Les filtres sont assemblés avec leurs récipients, robinets et couvercles dans l'usine d'Ecofiltro. Ils sont ensuite transportés par des camions de l'entreprise à travers le pays. Des distributeurs au Guatemala achètent des filtres en gros et les revendent à leurs clients en personne et en ligne. Ecofiltro commence aussi à distribuer des filtres dans d'autres pays tels que le Mexique, le Honduras, le Salvador, et le Costa Rica.

Les filtres se vendent entre 40 dollars pour le modèle de base en plastique et 200 dollars pour un modèle haut de gamme avec un réservoir personnalisé fabriqué et peint à la main. Les représentants et les entrepreneurs de terrain d'Ecofiltro perçoivent une commission sur chaque filtre qu'ils vendent.



Femme en train de signer un contrat d'achat (2016)

Dans les zones rurales, des filtres sont livrés dans les écoles, où les familles peuvent signer un contrat et acheter les filtres en trois fois sans frais. Les clients paient 100 quetzals (Qs) à la livraison, soit environ 12,7 dollars, puis deux paiements mensuels de 100 Qs. Souvent, les clients paient les 300 Qs d'un coup et bénéficient d'une remise de 10 % .

Les entrepreneurs communautaires sont chargés de la collecte des paiements et d'aider leurs voisins à installer les filtres s'ils en ont besoin. De plus, ils ont des filtres supplémentaires et des robinets chez eux pour remplacer le matériel cassé. Ils notent les dates auxquelles les filtres doivent être remplacés afin de pouvoir continuer à en vendre dans la communauté.

Leçons apprises : fournir des produits et des services

Ecofiltro pensait que les clients voudraient payer de toutes petites sommes sur la durée la plus longue possible. Étonnamment, la majorité d'entre eux ont choisi de rembourser le filtre le plus rapidement possible. Précédemment, les clients devaient payer 24 remboursements de 10 Qs, mais ils ont préféré rembourser la somme le plus vite possible. La collecte de ces petits remboursements n'était pas viable financièrement pour Ecofiltro. Maintenant, les clients peuvent choisir de payer en une ou en trois fois.

Ecofiltro a appris que le meilleur moyen de garantir son succès dans les communautés rurales est de bien choisir ses entrepreneurs communautaires. Ceux-ci doivent avoir une éthique de travail forte, être de bons communicants, et être respectés par les leaders communautaires. Il est aussi important que le représentant de terrain d'Ecofiltro retourne à la communauté plusieurs fois après la première présentation à l'école. Cela aide les entrepreneurs communautaires à permettre à plus de membres de la communauté de bénéficier du programme de filtres.



Faire un suivi pour améliorer

Suivi de la production de filtres

A l'usine, chaque filtre reçoit un numéro d'identification qui permet de faire le suivi pendant la production, les essais et la distribution. Ecofiltro teste régulièrement les filtres pour maintenir le niveau de qualité. Le débit constitue la donnée clé pour valider un filtre avant sa commercialisation. Chaque filtre doit avoir un débit compris entre 1 et 2 litres par heure. Le personnel d'Ecofiltro réalise aussi un essai mensuel des filtres dans un laboratoire d'analyses d'eau indépendant et bénéficiant d'une certification reconnue à l'échelle internationale.

Suivi de l'utilisation et de la performance des filtres

Ecofiltro bénéficie de la certification Gold Standard pour les crédits de carbone. Pour conserver cette certification, deux personnes extérieures à l'entreprise se déplacent en permanence dans les communautés rurales pour vérifier la qualité de l'eau, la bonne utilisation des filtres et leur entretien. Un auditeur est envoyé tous les ans par Gold Standard au Guatemala pour rendre visite à des familles choisies au hasard et leur poser des questions allant de l'impact du filtre sur leur santé aux économies qu'il leur a permis de réaliser.

Après deux ans d'utilisation, les vendeurs incitent les utilisateurs à remplacer leurs filtres par un nouveau. Le coût du remplacement est de 200 Qs (environ 25 dollars). Il y a seulement besoin de remplacer le pot en céramique, pas le réservoir.

Leçons apprises : faire un suivi pour améliorer

En tant qu'entreprise, Ecofiltro fait un suivi permanent des taux d'adoption dans les communautés dans lesquelles ils interviennent. L'une des principales difficultés auxquelles fait face Ecofiltro est de trouver plus de clients dans les zones rurales. Lorsqu'ils ont passé en revue les résultats du suivi, ils se sont aperçus que pour un filtre donné à une classe, une seule famille achetait un Ecofiltro pour la maison. L'essai gratuit sur deux semaines a été mis en place pour augmenter les ventes dans les communautés. Le ratio des filtres vendus par les filtres donnés a déjà doublé. Le but est de multiplier le ratio actuel par 5.



Développer la capacité humaine

Développer les compétences du personnel

Ecofiltro a 60 employés dont du personnel administratif, des vendeurs urbains, des représentants de terrain et du personnel de production. Pour garantir la qualité de leur travail et pour soutenir leur développement professionnel, Ecofiltro a entamé les démarches pour être certifié ISO. Les membres du personnel devront documenter et suivre avec précision les procédés de leur département pour qu'Ecofiltro maintienne sa certification.

Formation des représentants de terrain et des entrepreneurs

Le responsable de l'éducation d'Ecofiltro forme les représentants pour qu'ils soient capables d'expliquer les avantages et l'entretien de base du filtre aux entrepreneurs. Les entrepreneurs communiquent ensuite au quotidien avec les familles rurales.

Les représentants de terrain doivent passer plusieurs jours à l'usine pour comprendre le procédé de fabrication et apprendre les aspects clés d'une maintenance correcte du filtre. Ecofiltro les envoie ensuite sur le terrain avec des représentants de terrain expérimentés pendant une semaine. Ce "parrainage" les aide à apprendre comment présenter de manière efficace l'Ecofiltro devant des parents d'élèves.

Ecofiltro fournit aux entrepreneurs et aux vendeurs des informations écrites à étudier, et les interroge sur leur connaissance des produits et du fonctionnement de l'entreprise. Les entrepreneurs reçoivent aussi de nombreux supports techniques et commerciaux.

Développer les compétences des utilisateurs

Lors des événements de sensibilisation en milieu scolaire, les représentants d'Ecofiltro expliquent l'importance de l'eau potable et le fonctionnement du filtre aux membres de la communauté. Pour garantir que les utilisateurs comprennent le fonctionnement du filtre, quand le remplacer, et qui contacter en cas de problème, Ecofiltro fournit des supports écrits et graphiques faciles à comprendre pour les familles rurales qui ont un faible niveau d'éducation formelle.

Leçons apprises : développement des compétences

Ecofiltro a découvert que des directeurs d'écoles enthousiastes jouaient un rôle clé pour une mise en œuvre efficace du programme en milieu scolaire. Les directeurs doivent être en accord avec la partie éducative du programme d'Ecofiltro. Le programme de filtres commence à intéresser les parents d'élèves lorsque le directeur de l'école et les enseignants achètent des filtres pour chez eux.



Formation à l'utilisation et à l'entretien de l'Ecofiltro (2016)



Exemple extrait d'une brochure d'Ecofiltro



Financement

Une fondation gérée par la famille de Philip Wilson a apporté l'argent nécessaire pour démarrer Ecofiltro, et a financé les 20 premières années de fonctionnement. Quelques années après qu'Ecofiltro devienne une entreprise sociale, elle a commencé à être économiquement viable sans soutien extérieur. Actuellement, ses recettes proviennent principalement de :

- Bénéfices sur les ventes de filtres
- Crédits carbone pour chaque filtre vendu en milieu rural
- Organisations caritatives

Bénéfices sur les ventes de filtres

En 2015, Ecofiltro a vendu 62 000 filtres. 70 % d'entre eux ont été vendus à des clients ruraux, avec un taux de marge de 2 à 3 % par filtre en moyenne. Les 30 % restants ont été vendus à des clients urbains, avec un taux de marge moyen de 40 %. Ce fut la première année au cours de laquelle ils ont réalisé des bénéfices sur la vente de tous les filtres ; auparavant, ils devaient subventionner les filtres dans les zones rurales.

Pour un filtre vendu sur le terrain :

- Le directeur rural reçoit une commission de 5 %
- l'un des 7 représentants de terrain reçoit également une commission de 5 %
- l'un des 420 entrepreneurs reçoit une commission de 10 %

Ecofiltro réalise aussi un léger bénéfice sur ses ventes en gros à des ONG et des entreprises.

Financement par les crédits de carbone

Ecofiltro reçoit 4 crédits de carbone pour chaque filtre vendu dans une communauté rurale si les familles faisaient auparavant bouillir l'eau avec du bois comme moyen de traitement principal de l'eau. Le prix de ces crédits de carbone sur le marché varie chaque année, mais il se maintient entre 2 et 8 dollars. Le programme de filtres est associé à des cuisinières propres appelées Eko Stove, qui réduisent la consommation de bois pour la cuisson de plus de 70 % ; cela permet d'augmenter les revenus tirés des crédits carbone. Le revenu des crédits carbone permet d'investir pour augmenter la capacité de production et pour financer les filtres du programme scolaire.

Dons des organisations caritatives

Les sociétés et les fondations cherchent souvent des moyens de bénéficier à leur communauté, et nombre d'entre elles ont commencé à sponsoriser le programme d'eau en milieu scolaire d'Ecofiltro. Ils donnent les fonds nécessaires pour fournir des filtres dans les écoles, ce qui est un des composants majeurs de la stratégie d'Ecofiltro pour créer de la demande.

Leçons apprises : financement

Ecofiltro a mis du temps pour convaincre son personnel que les familles rurales étaient des clients potentiels et non des objets de charité. Ecofiltro voulait garantir une méthode durable permettant de financer son programme pour atteindre les pauvres en milieu rural. Philip Wilson a compris qu'il valait mieux les atteindre d'une manière qui deviendrait profitable, ce qui leur permet d'augmenter l'échelle de leurs opérations dans les zones à faibles revenus.

Étude de cas de mise en œuvre de la CTED : Filtres en céramique au Guatemala

Ecofiltro joue toujours un rôle philanthropique important à travers son programme scolaire. Ecofiltro s'est aperçu que les philanthropes modernes veulent que 100 % de leur argent aille aux bénéficiaires. Si les dons permettent de créer de la demande, comme c'est le cas pour le programme scolaire, les opportunités pour ce type de financement ne manqueront jamais.

Ecofiltro Guatemala : résumé des leçons apprises

- Connaissez vos utilisateurs. Posez des questions et ne faites pas de suppositions sur ce qu'ils veulent ou peuvent payer.
- La durabilité financière est essentielle aux entreprises à but social. Assurez-vous que les produits puissent être remboursés rapidement et qu'ils sont culturellement désirables.
- Des membres respectés de la communauté sont plus à même que des personnes extérieures de faire la promotion et la collecte des remboursements.
- Les périodes d'essai gratuites aident à augmenter la demande et l'adoption.
- En choisissant un modèle d'entreprise sociale plutôt qu'un modèle traditionnel caritatif pour distribuer des produits, il est tout de même possible de trouver des moyens créatifs pour faire de la philanthropie de manière traditionnelle. Ecofiltro utilise des dons pour financer les filtres qu'il distribue à travers son programme scolaire.

Références

Philip Wilson. Communications personnelles, février et août 2016.

Informations supplémentaires

Ecofiltro: www.ecofiltro.com

CAWST (Centre for Affordable Water and Sanitation Technology)
Calgary, Canada
Site Internet : www.cawst.org Courriel : support@cawst.org

Dernière mise à jour : décembre 2016

Le contenu de ce document est libre. Vous êtes autorisé à :



- Partager – Copier, distribuer et communiquer le matériel par tous moyens et sous tous formats
- Adapter — remixer, transformer et créer à partir du matériel pour toute utilisation, y compris commerciale.



Selon les conditions suivantes :

- Attribution – Vous devez mentionner CAWST de manière appropriée, fournir un lien vers la licence, et indiquer toute modification apportée. Ces informations doivent être justifiées, sans toutefois suggérer que CAWST vous soutient ou accepte la façon dont vous utilisez ses ressources. Veuillez mentionner notre site Internet : www.cawst.org

CAWST et ses administrateurs, employés, contractants et bénévoles n'endossent aucune responsabilité et ne donnent aucune garantie en ce qui concerne les résultats pouvant être obtenus par l'utilisation des informations fournies.