

Le programme de diffusion du marché de la construction en Voûte Nubienne

1. La problématique de la construction et de l'habitat en Afrique sahélienne

- **Tous sous la tôle !**
- Les inconvénients des techniques de construction habituelles :
 - **Raréfaction** des ressources ligneuses (bois, paille) ;
 - **Cherté et impact environnemental** des solutions importées (tôle, ciment, fers à béton, etc.) ;
 - **Inadaptation** : inconfort (thermique, bruit), fragilité.
- **Croissance démographique** : plus de 2 milliards de personnes sur le continent africain d'ici 2050.

2. La solution technique VN

- **Une ressource abondante : la terre**, matériau exclusif de la construction en voûte nubienne (briques, mortiers, enduits).
- La construction en briques de terre crue (banco) : **un savoir-faire maîtrisé** par l'ensemble de la population rurale en zone sahélienne.
- **Une technique de construction millénaire en terre crue, aisément assimilable** par les populations sahéliennes, qui évite le recours aux solutions habituelles pour la couverture des bâtiments.
- **Une réponse adaptée** aux enjeux de la construction et de l'habitat en Afrique sahélienne :
 - Coût réduit ;
 - Impact environnemental limité, pas d'émission de GES ;
 - Confort thermique et sonore, Solidité, durabilité ;
 - Renforcement des économies locales.

Enjeux :

- **Le programme d'AVN est soluble dans les politiques publiques d'accès à l'habitat du plus grand nombre.**
- **Modèle économique : quels mécanismes financiers pour accompagner la croissance de ce marché et créer une impulsion ?**

Les leviers financiers du programme

1. Les typologies du marché

- **Habitat privé en zone rurale (T1)**
 - Le **principal marché** en nombre de bâtiments et le **cœur de cible** du programme ;
 - Un marché largement **non-formel**, aussi bien du côté de l'offre – la maçonnerie en terre est une activité informelle de contre-saison – que de la demande – le client participe lui-même à la construction et mobilise ses proches (parents, voisins, etc.).
- **Bâtiments communautaires (T4)**
 - C'est le segment de marché qui implique le **maximum de parties prenantes** (acteurs institutionnels, société civile, bailleurs internationaux) ;
 - Il permet la construction de **bâtiments exemplaires** ;
 - Il est donc un vecteur de choix pour **inclure la construction en Voûte Nubienne dans les programmes de développement nationaux et internationaux.**
- Les deux typologies de clients sont complémentaires.



3. Le programme de déploiement de son marché

- AVN, association de droit français, fondée en 2000, actuellement présente (autorisation d'exercer) dans **5 pays de la zone sahélienne.**
- **Méthodologie** : diffusion du marché de la voûte nubienne par des partenaires opérateurs à l'échelle des communes et des régions.
- **Résultats** :
 - 600 chantiers réalisés en 2018-2019 pour 17.000 m² ;
 - 23 % de croissance sur 10 ans en nombre de chantiers et 30 % en surface ;
 - 3.500 chantiers achevés depuis le début du programme ;
 - Transfert de compétences à la filière construction et aux acteurs de développement.



2. La microfinance : Crédit Habitat – Accès à l'Habitat (CH-VN)

- **Principe :**
 - **Montant limité :** moins de 400 € d'en-cours (300 à 400 en moyenne) ;
 - Remboursement sur des **périodes courtes** (24 mois maxi) ;
 - Le produit est **porté par les IMF**, qui le proposent parmi leur portefeuille de solutions, et gèrent le suivi et le remboursement.
- **Résultats :**
 - Expérimentations menées au Burkina Faso avec deux IMF (APFI-B et UBTEC). D'autres IMF intéressés ;
 - Peu de résultats en termes de nombre de chantiers ouverts (manque de formation et de mobilisation des IMF, manque de fonds dédiés, manque de temps et de moyens pour développer les projets pilotes) ;
 - Mais **concluant en termes de mécanisme** : la typologie des prêts correspond à des engagements supportables par les ménages et gérables par les IMF.
- **Points de blocages :**
 - **Il faut du temps** (7 à 8 ans) pour implanter nouveau un produit, tant du côté des IMF que des clients ;
 - Les IMF sont frileuses, et peu à l'aise pour mettre en place de nouveaux produits, en particulier des produits non adossés à des AGR ;
 - Pas de fonds spécifiques dédiés ;
 - Problématique de l'habitat peu prise en compte.
- **Perspectives**
 - Besoin de **moyens financiers**, de fonds dédiés ;
 - Besoin de **former les acteurs** impliqués et d'accompagner la relation IMF / clients / maçons ;
 - Besoin d'accompagner les acteurs de la microfinance associés à ce type de programme afin qu'ils constituent des **dynamiques collectives** et qu'ils soient eux-mêmes moteurs du plaidoyer auprès des partenaires techniques et financiers et auprès des acteurs institutionnels ;
 - **Mobilisation** des partenaires techniques et financiers et des acteurs institutionnels sur la problématique de l'**habitat adapté** et de ses impacts et sur la mobilisation des réseaux d'IMF.

3. La bonification des prêts

- Exemple du « Plan Bâtiment Durable » en France. Trois composantes interdépendantes :
 - **Formation** (des opérateurs de la construction) ;
 - **Information** (des clientèles) ;
 - **Incitation** (crédits d'impôts, prêts à taux zéro).
- La bonification (prêts à 0%) est légitime en termes d'adaptation, d'atténuation et de développement.
- En réussissant à mobiliser les moyens financiers de cette bonification, on dispose, avec les crédits, d'un **accélérateur exponentiel** du marché.
- Les fonds mobilisables pour ce type de crédit sont :
 - Les crédits carbone ;
 - Les fonds adaptation ;
 - Les fonds atténuation ;
 - Les fonds de développement.

4. Les incitations : les Coupons Incitation Client (CIC)

- **Principe :**
 - 15 à 20 % du coût de la construction sont versés à titre d'incitation aux **clients ruraux T1**. Ce cash est la partie du financement la plus difficile à trouver (correspond à la rémunération du maçon et de son équipe) ;
 - L'incitation est versée au client à la réception du bâtiment ;
 - Les CIC sont un **outil marketing pour les maçons**.
- **Points de blocages :**
 - **Manque d'intérêt** pour la question de l'habitat des plus pauvres de la part des bailleurs et de la part des acteurs publics ;
 - Peu de financements de la part des bailleurs pour la construction privée ;
 - **Manque de fonds dédiés**.
- **Résultats et perspectives :**
 - Les CIC sont aujourd'hui **le principal levier pour accélérer le marché** : ils permettent d'améliorer l'**efficacité** du programme en augmentant le nombre de bâtiments construits pour un coût modique ;
 - Les fonds carbone peuvent être mobilisés, à la fois au titre de l'adaptation et de l'atténuation.
- **Le modèle économique de ce type de financements reste à consolider.**

La construction sur argent public

- Le passage à l'échelle du marché de la construction en VN induit l'**augmentation des impacts** en termes de :
 - **résilience** aux changements climatiques ;
 - **formation professionnelle et insertion** socio-économique ;
 - **renforcement des économies locales** ;
 - **atténuation** climatique.
- Les entreprises africaines de bâtiment réalisent l'essentiel de leur chiffre d'affaire grâce au négoce de matériau. Ce n'est pas elles qui donneront l'impulsion pour faire évoluer le marché. **Le rôle des Maîtres d'Ouvrage est donc crucial.**



- **Les acteurs institutionnels et leurs PTF** mettent en œuvre des programmes intégrant de la construction de bâtiments communautaires (éducation, agriculture, santé, etc.) et de logements.
- Par leur intermédiaire et celui des **OSC associées** à ces programmes, ils jouent un rôle de premier plan dans la promotion de la technique de construction VN.
- **Les bâtiments communautaires sont également des bâtiments exemplaires.** Ils participent donc à la promotion de la technique VN.