

## LETTRE D'INFORMATION SEPTEMBRE 2012

### NOUVELLES DE LIGHTING AFRICA

#### **Quatre millions de personnes bénéficient désormais d'un éclairage propre grâce à un doublement de la croissance du marché du hors réseau.**

Au cours des trois dernières années, près de quatre millions de personnes privées d'électricité en Afrique ont pu accéder à un éclairage de meilleure qualité et non polluant pour leurs foyers et leurs entreprises, comme en témoignent les derniers résultats du programme conjoint d'IFC-Banque Mondiale Lighting Africa.

Ces personnes n'ont donc plus à faire face aux risques d'incendie et sanitaires associés aux combustibles dangereux et coûteux, comme le kérosène. Et leurs enfants étudient désormais dans des conditions bien plus favorables, comme l'indiquent les données empiriques recueillies sur le continent.

« Nous avons débuté ce programme en nous donnant la tâche apparemment herculéenne de trouver des produits d'éclairage propres pour près de 600 millions de personnes sans accès à l'électricité. Pour cette année, nous avons estimé que notre objectif serait d'atteindre un objectif ambitieux, fixé à 2,5 millions de personnes. Mais les sociétés avec lesquelles nous travaillons ont été tellement innovantes et performantes que cet objectif a été dépassé haut la main », a déclaré Patrick Avato, un spécialiste produit d'IFC pour l'énergie propre.

Les résultats de Lighting Africa pour l'exercice s'achevant en juin 2012 montrent que les ventes de produits d'éclairage moderne hors réseau, dont la plupart fonctionnent à l'énergie solaire, ont progressé de 115 % par rapport aux niveaux atteints à la fin de l'exercice s'achevant en juin 2011.

« Les succès considérables que nous avons enregistrés dans un laps de temps aussi court n'auraient certainement pas été possibles sans le soutien d'un large éventail de partenaires, et notamment de représentants des gouvernements dans toute l'Afrique avec lesquels nous avons passé des heures à discuter et à étudier des moyens d'améliorer l'accès à l'énergie pour les populations rurales privées d'électricité », a déclaré Dana Rysankova, principal chef de programme pour Lighting Africa.

En éliminant les barrières au marché existantes et en traitant du problème de l'accès aux financements des futurs fabricants ou distributeurs, Lighting Africa a désormais pour objectif d'atteindre environ 250 millions de personnes sans accès à l'électricité en Afrique par l'offre de produits d'éclairage moderne hors réseau de grande qualité d'ici 2030.

#### **Développer les connaissances des revendeurs sur les produits au Libéria**



AN INNOVATION OF



Lighting Africa a organisé un atelier de formation technique de trois jours destiné aux revendeurs de produits d'éclairage moderne hors réseau au Libéria au cours du mois dernier, alors que le pays se préparait à recevoir son premier lot de produits d'éclairage de qualité garantie.

L'atelier, qui comptait également des représentants de la *Rural and Renewal Energy Agency* (Agence pour l'énergie rurale et renouvelable), a permis aux participants d'acquérir des connaissances techniques de base sur les lampes solaires modernes.

« À la fin de la formation, les participants pouvaient résoudre l'essentiel des problèmes techniques susceptibles de survenir, et d'anticiper les plaintes des clients », a affirmé Christopher Carlsen, de l'équipe Assurance qualité de Lighting Africa. « Le détaillant pourra à son tour former son personnel au bon fonctionnement de ces produits et à la résolution des éventuels problèmes ».

La formation a permis aux participants d'acquérir des compétences et des connaissances leur permettant d'évaluer de nouveaux produits d'éclairage hors réseau, de stocker et d'entretenir convenablement leur marchandise et de résoudre les problèmes classiques qu'ils pourraient rencontrer dans le cadre du service après-vente.

La formation des détaillants fait partie du soutien proposé par Lighting Africa aux efforts entrepris par le Nigéria visant à stimuler le développement du marché et l'utilisation de l'énergie renouvelable dans les régions rurales, par l'intermédiaire d'un programme financé par la Banque Mondiale et intitulé *Lighting Lives in Liberia* (« Éclairer les vies au Libéria »).

Le programme, lancé en février, devrait bénéficier à 100 000 foyers grâce à l'accélération du développement commercial et la fourniture de produits et services d'énergie moderne renouvelables.

## EN BREF

### Nouveau ! Notes d'information sur l'écoconception et l'information commerciale

Lighting Africa a commencé à publier deux nouvelles séries de Notes d'information, une Note consacrée à l'écoconception et une Note sur l'information commerciale, destinées aux fabricants de produits d'éclairage hors réseau.

La série consacrée à l'écoconception traitera de plusieurs sujets liés aux dimensions environnementales et sanitaires de la conception des produits d'éclairage hors réseau.

Les sujets qui seront couverts dans les premières éditions incluront les décisions conceptuelles pouvant réduire les dangers environnementaux associés au rejet des batteries à la fin de la vie du produit, les problèmes liés à la santé oculaire et à la sécurité dont il conviendrait de tenir compte lors de la conception de produits d'éclairage à DEL, les avantages environnementaux liés à l'utilisation de soudures sans plomb, et les implications de la conception des produits d'éclairage hors réseau sur les émissions de gaz à effet de serre au cours de leur cycle de vie, en comparant ces produits aux technologies d'éclairage au kérosène couramment utilisées.

La série consacrée aux informations sur le marché exposera les résultats d'études de terrain et d'autres efforts de recherche pertinents en faveur du développement du marché des produits d'éclairage hors réseau et du déploiement des produits.

La [première Note](#) présente les conclusions d'une étude de terrain réalisée en 2011 et documentant la disponibilité de batteries rechargeables dans des villes et villages sélectionnés au Kenya, en Tanzanie, au Ghana, au Sénégal et au Mali.

Cette note, qui explique que la disponibilité locale de batteries de rechange pour les produits d'éclairage hors réseau est limitée dans les cinq pays étudiés, pourrait éclairer les décisions de conception des fabricants quant à la sélection de batteries dans des cas où l'objectif est de faciliter l'accès aux batteries de rechange dans les chaînes d'approvisionnement locales et régionales. Une telle information pourrait également mettre en avant des créneaux commerciaux pour la fourniture et la distribution de batteries de rechange adaptées aux produits.

« Dans la durée de vie d'un produit d'éclairage hors réseau, la batterie est souvent l'une des premières composantes à tomber en panne. Par chance, les pannes de batterie ne signifient pas nécessairement que le produit est arrivé en fin de vie », stipule la Note sur l'information commerciale.

La [première édition de la série consacrée à l'écoconception](#) propose une comparaison des dangers associés aux différents types de batteries, encourageant les fabricants à concevoir des produits utilisant les batteries les moins dangereuses.

« En faisant des choix conceptuels respectueux de l'environnement, les fabricants peuvent empêcher que des composantes toxiques de batteries pénètrent dans le flux de déchets, pour protéger à la fois les consommateurs et l'environnement », peut-on lire dans la Note.

On y apprend également que les batteries nickel-métal hybrides et les batteries au lithium sont généralement moins toxiques que les batteries au plomb et les batteries nickel cadmium, bien que tous les types de batteries impliquent certains risques pour la sécurité et l'environnement.

« Ces deux types de batteries sont hautement performantes et sont faiblement toxiques, et sont les types de batteries les plus bénins en termes d'élimination », peut-on lire dans la Note d'écoconception.

On y trouve également un résumé du potentiel d'élimination et de recyclage sans danger des différents types de batteries, l'article soulignant le nombre limité d'options d'élimination et de recyclage en Afrique subsaharienne.

« Des options d'élimination et de recyclage des batteries limitées imposent des responsabilités supplémentaires aux fabricants de produits d'éclairage hors réseau, les obligeant à utiliser des batteries de type moins toxiques dans leurs produits », lit-on dans la Note.

Si vous avez des suggestions à faire sur des sujets que Lighting Africa pourrait aborder dans le domaine de l'écoconception, envoyez un email à l'adresse suivante : [research@lightingafrica.org](mailto:research@lightingafrica.org).

## L'EXPÉRIENCE SUR LE TERRAIN

### **Kiprotich rapporte l'or à l'Ouganda, Barefoot Power équipe son village d'un éclairage propre**

Barefoot Power Uganda, une filiale du groupe Barefoot Power Pty Ltd, a lancé le programme *Barefoot Light Up a Village* (« Barefoot éclaire un village ») à Cheptilyal, dans le district ougandais de Kapchorwa. Cheptilyal est le village natal de Stephen Kiprotich, médaille d'or de marathon aux Jeux Olympiques d'été de Londres 2012.

À son retour au pays natal après les Jeux Olympiques, Kiprotich a été célébré par l'Ouganda pour avoir rapporté à son pays la première médaille d'or depuis 40 ans. Et Barefoot Power a offert aux parents de l'athlète un système d'éclairage domestique PowaPack 5W, afin de motiver un plus grand nombre de jeunes à travailler dur pour réaliser leurs rêves.

Barefoot Power Uganda a lancé son programme *Light Up a Village* à Cheptilyal, où le projet permettra d'éclairer le marché, une école primaire, un centre médical et 100 foyers, apportant des solutions d'éclairage et de rechargement de téléphone portable saines et sans risque dans cette communauté reculée.

# LIGHTING AFRICA

Catalyzing Markets for Modern Lighting

AN INNOVATION OF



« Le programme *Light Up a Village* est un moyen simple et rentable de fournir un éclairage propre aux communautés rurales qui ne bénéficient pas d'un raccordement au réseau », note Anne Kayiwa Kagwa, directrice des ventes et du marketing chez Barefoot Uganda.

« Les communautés ont toujours répondu présentes pour s'entraider dans les moments difficiles, mais aussi pour partager les moments de joie (le retour de Kiprotich avec la médaille d'or), et elles devraient pouvoir récolter les fruits d'avoir élevé un enfant aussi formidable sur cette terre », ajoute-t-elle.

Plus de 80 pour cent des Ougandais vivent sans électricité et dépendent de bougies, de lampes à kérosène, d'herbe et de bois pour s'éclairer. Ces alternatives sont tout aussi coûteuses que dangereuses, exposant les familles aux risques d'incendie et aux maladies respiratoires. La fourniture de sources d'énergie alternatives propres reste peu fiable et coûteuse.

Le programme *Light Up a Village* propose une solution clés en main aux communautés rurales, leur permettant d'accéder à un éclairage basé sur l'énergie renouvelable pour éclairer leur foyer.

Barefoot met ses produits d'éclairage solaire Firefly et PowaPack, qui permettent également de recharger les téléphones portables, à la disposition du plus grand nombre de foyers possible. Le programme permettra également d'éclairer des structures publiques comme des centres médicaux et des écoles grâce aux kits Barefoot Village.

La société facilitera également la création d'entreprises destinées à augmenter la couverture de l'éclairage hors réseau moderne sur tout le pays. Elle forgera des partenariats avec des institutions financières locales et des chefs communautaires, et formera des entrepreneurs à la révision et à l'entretien des produits d'éclairage solaires.

Barefoot Power a touché plus de deux millions de personnes dans le monde entier avec ses solutions d'éclairage et de rechargement de téléphone solaires Firefly, PowaPack et Village.

Le nouveau programme *Light Up a Village* aidera la société à atteindre son objectif, qui est de toucher 10 millions de personnes d'ici 2015.

Barefoot Power est un associé du programme Lighting Africa.

Pour de plus amples informations sur ce programme et sur d'éventuels partenariats avec Barefoot Power dans le monde entier, veuillez envoyer vos emails à l'adresse suivante : [info@barefootpower.com](mailto:info@barefootpower.com).

**L'éclairage solaire – « C'est mon éducation ! »**

Une lampe solaire est présentée au cours d'une démonstration à la mairie.



AN INNOVATION OF



A la question de savoir ce qu'est cet objet, un enfant présent dans la foule s'exclame : « C'est mon éducation ! »

Toutes les personnes présentes dans la pièce ont éclaté de rire ; mais cet enfant avait raison.

Ceci s'est produit lors du lancement du projet *Solar Lamp* (le projet « Lampe solaire ») de l'ONG *Health Education Africa Resource Team* (HEART) dans la région côtière de Taita, au Kenya, au cours du mois de mai de cette année.

Le projet est le premier à utiliser la lampe solaire de SUNLITE, baptisée *Solar Light*. Il s'agit d'un éclairage solaire à DEL fourni avec une ou deux lampes et un kit de rechargement de téléphone portable conçu qui bénéficie autant aux utilisateurs qu'à l'environnement.

« La mise en œuvre du projet ne se contentera pas seulement de promouvoir l'éducation mais réduira également considérablement les risques sanitaires présentés par l'utilisation de lampes à kérosène. Les lampes solaires seront utilisées afin de générer des revenus pour les 240 foyers devant bénéficier de ce projet », a affirmé Vickie Winkler, directrice exécutive de HEART.

SUNLITE est associé au programme Lighting Africa, qui catalyse le développement de marchés de produits d'éclairage propre de grande qualité et d'un coût abordable dans toute l'Afrique.

HEART montrera et enseignera aux membres de la communauté comment utiliser les lampes solaires pendant une période de six mois. L'équipe suivra et fera état de l'impact des lampes solaires.

Selon Mme Winkler, la réussite du projet dépendra de la performance des premiers bénéficiaires des lampes, incitant les enfants à travailler encore plus à l'école. Elle a également vivement encouragé leurs tuteurs à s'assurer que les enfants bénéficiaient du meilleur soutien possible afin de leur permettre de réussir.

« Les lampes solaires devraient non seulement avoir un impact sur l'éducation des enfants, mais devraient également améliorer les moyens de subsistance des familles », a-t-elle déclaré.

### **Semer l'éclairage solaire chez les exploitants de maïs au Kenya**

Mme Tecla Cheruyiot est membre d'un groupe fort de 35 femmes de Korosiot à Kipkenyo, près de la ville d'Eldoret, dans la vallée du Rift kenyan.

Elle est l'une des six innovateurs de son village qui ont reçu des lampes solaires il y a à peine un mois. Elle a totalement embrassé cette idée.

Elle a acheté à sa famille une lampe d.light S250 grâce à un prêt avancé par le Groupe de femmes de Korosiot, qu'elle remboursera en deux mois.

« J'achetais chaque jour 20 shillings de paraffine pour mon *koroboi* (lampe à mèche) et mes lampes à pression, mais cela ne nous permettait souvent que de dîner, et le soir, mes enfants pouvaient rarement étudier », a-t-elle déclaré à Lighting Africa.

Cette quantité de paraffine était partagée entre trois ou quatre lampes : une pour deux de ses enfants se préparant aux examens nationaux du primaire et du secondaire, une pour le père et, s'il restait du combustible, une pour s'acquitter des tâches ménagères le soir.

Quand la paraffine était épuisée, ils utilisaient la lumière de leur téléphone portable, une lampe torche classique, ou simplement la lumière du feu.

Mme Cheruiyot, qui cultive du maïs, explique que l'électricité n'est disponible qu'à 4 km, dans une école locale. Avec cette proximité apparente à l'électricité, la communauté a déjà envisagé son raccordement au réseau électrique.

Mais les coûts se sont révélés astronomiques ! 1,4 millions de shillings kenyans (16 667 USD) pour l'acquisition d'un transformateur pour la localité, sans compter les coûts supplémentaires prévus pour le raccordement à proprement parler.

« Aujourd'hui, ma famille et moi-même en tirons tellement de bien ! » a-t-elle déclaré. « Mes enfants peuvent maintenant étudier aussi longtemps qu'ils le veulent, parfois jusqu'à minuit ou une heure, et la lampe fonctionne toujours ».

Quand ils avaient recours à de la paraffine ou du kérosène pour s'éclairer, ses enfants finissaient rarement leurs devoirs le soir, et étaient obligés de se lever à l'aube pour les terminer.

« Cette lampe solaire me comble de bonheur, car nous pouvons faire tout le travail qu'il nous reste le soir sans être obligés de nous arrêter », a-t-elle ajouté. « D'ici novembre, notre village sera éclairé comme s'il y avait l'électricité ».

## NOUVELLES DE NOS ASSOCIÉS

### **SunnyMoney réalise des ventes record grâce à sa campagne *Student Lights* (Des lampes pour les étudiants)**

SunnyMoney, la branche commerciale de l'organisation caritative SolarAid, a vendu plus de 50 000 lampes solaires en Tanzanie au cours du premier trimestre de cette année par l'intermédiaire de sa campagne *Students Lights* (« Des lampes pour les étudiants »).

SunnyMoney, qui commercialise une large gamme de lampes solaires, a étendu son réseau de distribution aux régions d'Aruja et du Kilimandjaro, après une année très fructueuse sur l'île tanzanienne de Mafia.

# LIGHTING AFRICA

Catalyzing Markets for Modern Lighting

AN INNOVATION OF



« La demande a de loin excédé notre capacité d'offre, et à plusieurs reprises, nous avons dû interrompre notre campagne en attendant que davantage de lampes soient importées. Les ventes se situaient tout de même à 150 % du budget, entraînant ainsi la distribution de plus de 50 000 lampes de bureau solaires à des étudiants de ces deux régions à elles seules », a déclaré Malcolm Wigmore, le directeur des opérations de SunnyMoney en Tanzanie.

Grâce à sa campagne *Student Lights*, la société a montré l'utilisation des lampes solaires et les bénéfices qu'elles présentaient pour les élèves, qui pouvaient alors acheter les lampes et bénéficier d'un éclairage solaire propre, sans risque et abordable.

Felista Mlay, qui vit à Rombo, dans la région du Kilimandjaro, et dont la fille a acheté une lampe solaire d.light S1 lors de l'une des campagnes scolaires, explique l'impact que la lampe a eu sur leur vie.

« Depuis que nous avons acheté cette lampe solaire, je ne suis plus inquiète pour mes enfants et la sécurité de mon foyer. La lampe nous a permis de réduire nos dépenses, notamment en kérosène. Avant, j'achetais deux litres de kérosène par semaine », a-t-elle affirmé. « Et ma fille se plaignait constamment d'une irritation à l'œil qui affectait ses révisions ; il était aussi difficile de respirer à cause de la fumée. Mais maintenant, je ne l'entends plus se plaindre ».

Au cours des prochains mois, SunnyMoney poursuivra ses campagnes de promotion sur l'énergie solaire en milieu scolaire dans les régions d'Iringa et de Morogoro, en Tanzanie, et envisage également de développer ses activités au Kenya, au Malawi et en Zambie.

En adoptant une approche similaire, la société a déployé sa campagne *Students Lights* au Kenya et vendu plus de 20 000 lampes de bureau en 10 semaines.

« Il est particulièrement encourageant de constater que dans ce pays, les gens font désormais confiance au marché de l'énergie solaire. L'équipe kenyane est désormais très enthousiaste au sujet de ces campagnes et prévoit d'en mener davantage dans d'autres régions », a affirmé Linda Wamune, directrice des opérations au Kenya, alors que l'équipe prévoit d'étendre sa campagne dans les écoles.

Selon John Keane, directeur général de la société, au vu des performances réalisées à ce jour, SunnyMoney est certaine de vendre plus de 300 000 lampes solaires cette année.

## **Une campagne sur le changement de comportement en faveur de l'énergie solaire est en cours**

Nokero International, une société associée à Lighting Africa, et le producteur et réalisateur d'animation primé Firdaus Kharas, ont lancé une campagne de communication de masse en plusieurs langues afin d'inciter les personnes utilisant des sources d'énergie traditionnelles dangereuses comme le kérosène à passer aux produits solaires propres.

# LIGHTING AFRICA

Catalyzing Markets for Modern Lighting

AN INNOVATION OF



La campagne solaire, devant être gérée par Chocolate Moose, une société de communication suisse, lèvera des fonds afin de produire et de distribuer une série de 15 publicités mettant en scène des personnages animés Sunny et Stubborn, et destinées au service public.

Les publicités animées seront gratuitement mises à la disposition des chaînes de télévision et radiophoniques dans plus de 50 pays et dans 73 langues. Elles seront également adaptées pour les plateformes mobiles comme les téléphones portables.

« Si nous pouvons inciter des millions de personnes à passer à l'énergie solaire, le résultat sera un virage à 180° vers un monde plus sûr et plus sain. Dans une campagne animée caractérisée par son humour, nous mettrons clairement en avant l'impact négatif des sources d'énergie traditionnelles sur la santé, l'environnement et le progrès économique, et soulignerons les avantages que présente une énergie solaire propre, renouvelable et gratuite », a affirmé Steve Kharas, PDG de Nokero, lors du lancement de la campagne en juillet.

« Il s'agit véritablement d'une campagne mondiale. Notre objectif définitif est que les lampes solaires puissent toucher chaque personne n'ayant pas accès à l'électricité dans le monde », a affirmé Chocolate Moose sur la plateforme de financement en ligne Indiegogo.

Pour apporter votre soutien à cette campagne ou si vous souhaitez en faire partie, veuillez consulter le site Web suivant : [www.solarcampaign.org](http://www.solarcampaign.org)

## **De nouveaux produits réussissent les tests de qualité, donnant plus de choix aux consommateurs**

Six produits ont passé avec succès les tests relatifs aux Normes de qualité minimales et aux Objectif de performance recommandés de Lighting Africa au cours des derniers mois, permettant aux clients de disposer d'un plus grand choix dans ce marché de l'éclairage hors réseau qui se développe rapidement en Afrique.

Il s'agit de trois lampes solaires et systèmes d'éclairage « dernière génération » de Barefoot Power, de deux nouveaux produits d'éclairage solaire de Global Telelinks et d'un produit proposé par une nouvelle société, Shanghai Roy.

Shanghai Roy fait son entrée sur le marché avec un kit d'éclairage solaire composé d'une lampe solaire, d'un panneau et d'un bloc de batteries, doté d'un système de rechargement de téléphone portable.

Les produits de Global Telelinks sont l'Arundhati Home Light portable et le plafonnier 3W, également doté de la fonction de rechargement de téléphone portable.

Les trois produits proposés par Barefoot Power sont une nouvelle lampe de bureau à DEL Firefly Mobile, qui inclut un verre anti éblouissement et un chargeur de téléphone portable, et deux systèmes d'éclairage domestiques solaires, tous deux capables de recharger des téléphones portables : le PowaPack Junior 2,5 W, qui peut alimenter deux lampes, et le PowaPack 5W, pouvant alimenter quatre lampes et faire fonctionner une petite radio à quatre piles.

## INFORMATIONS SUR LE HORS RÉSEAU :

### Lampes solaires : La technologie transformatrice de demain

*The Economist*, dans son numéro de septembre, annonçait que la lampe solaire portable talonnerait de près le téléphone portable en tant que technologie transformatrice de la prochaine décennie.

« Tout comme la diffusion des téléphones portables dans les pays pauvres a changé les vies et stimulé l'activité économique, l'éclairage solaire est sur le point d'améliorer les revenus, les réussites scolaires et la santé dans le monde en voie de développement », pouvons-nous y lire. « Et cette diffusion est durable, car elle est essentiellement motivée par les forces du marché, et non par des initiatives caritatives ».

Le magazine hebdomadaire adhère à la logique économique d'une lampe qui dompte l'énergie du soleil pendant la journée, qu'elle libère sous forme de lumière la nuit, éliminant ainsi la nécessité d'acheter ce produit polluant et coûteux qu'est le kérosène.

En effet, un rapport d'évaluation du secteur de « l'énergie pour les pauvres » et publié par la Société Financière Internationale (IFC) au moins de juin, révélait qu'il s'agissait d'un marché non reconnu, estimé à 37 milliards d'USD, qui attendait encore d'être exploité.

Les efforts entrepris par le programme Lighting Africa d'IFC-Banque mondiale sont venus stimuler ces marchés qui enregistrent une croissance phénoménale en Afrique, caractérisés par l'entrée de produits d'éclairage de qualité et d'un prix abordable laissant le choix aux consommateurs.

## INFORMATIONS SUR LA CONFÉRENCE :

### Les prix d'excellence des produits d'éclairage hors réseau seront annoncés à Dakar

Les lauréats des « Prix d'excellence des produits d'éclairage hors réseau » seront annoncés lors de la 3<sup>e</sup> Conférence internationale et salon de l'éclairage hors réseau qui se tiendront à Dakar, au Sénégal, au mois de novembre de cette année.

Ces prix récompensent les produits d'éclairage hors réseau qui ont passé avec succès des tests de qualité rigoureux et ont été évalués par les consommateurs, et sont d'un coût abordable.

Les Prix d'excellence des produits d'éclairage hors réseau ont été conçus en appui au développement du marché émergent de l'éclairage hors réseau et pour aider les consommateurs à identifier et à reconnaître les meilleurs systèmes d'éclairage hors réseau abordables actuellement disponibles sur le marché.

# LIGHTING AFRICA

*Catalyzing Markets for Modern Lighting*

AN INNOVATION OF



En vue de ces prix, les fabricants ont soumis leurs produits en décembre 2011. Ces produits ont depuis été évalués par un panel d'experts qui leur ont fait passer des tests rigoureux d'assurance qualité en laboratoire et en ont évalué le caractère abordable.

Les candidatures initiales ont été réduites à 16 produits, après une première série d'évaluations s'intéressant aux performances techniques et au caractère abordable de chaque lampe.

Les 16 produits restants ont fait l'objet d'évaluations techniques supplémentaires en laboratoire et ont été testés pour évaluation supplémentaire par des utilisateurs finaux dans des régions rurales du Sénégal, du Kenya et d'Inde.

Les produits seront évalués dans trois catégories de prix : Bon marché (30 USD et moins), gamme intermédiaire (30 à 72 USD) et gamme supérieure (72-135 USD). Deux lauréats seront récompensés dans chaque catégorie.