



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

PRO-WASH
Practices, Research and Operations
in Water, Sanitation and Hygiene



iDE Powering
entrepreneurs
to end poverty.



Indira est une fabricante de latrines à Isapur Bazaar, Khaliajuri Upazila. Ses ventes mensuelles sont passées de 12 000 BDT/124 USD à une moyenne de 50 000 BDT/500 USD grâce à une formation et un encadrement pratiques soutenus par SHOUHARDO III.

Crédit photo : iDE

NOTE D'APPRENTISSAGE :

Tirer parti de la conception centrée sur l'humain et des approches de marché pour l'assainissement dans les environnements opérationnels complexes (SCORE)

SEPTEMBRE 2022

Cette note d'apprentissage a été élaborée dans le cadre d'un projet de recherche appliquée initié par le projet PRO-WASH (Pratiques, Recherche et Opérations en Eau, Assainissement, et Hygiène) financé par le Bureau pour l'assistance humanitaire (BHA) de l'USAID, sur la base des recherches conduites par iDE. Ce projet visait à soutenir SHOUHARDO III à identifier des solutions d'assainissement peu coûteuses et disponibles localement pour satisfaire aux besoins des populations des zones de Haor et de Char au Bangladesh, en se basant sur les principes de la conception centrée sur l'humain. SHOUHARDO III est une activité de résilience et de sécurité alimentaire (RFSA) financée par le BHA, qui en est maintenant à sa septième année de mise en œuvre. De plus amples informations et des notes d'apprentissage supplémentaires sont disponibles [ici](#).

INTRODUCTION ET OBJECTIFS DE LA RECHERCHE

Grâce aux politiques gouvernementales favorables, l'accès à l'assainissement s'est considérablement amélioré au cours des 20 dernières années et la pratique de la défécation à l'air libre a fortement diminué dans les zones rurales du Bangladesh. Cependant, la qualité de l'approvisionnement en eau potable demeure un problème et

15,4% de la population n'a toujours pas accès à des installations d'assainissement améliorées.¹ Dans les zones difficiles d'accès de Haor et de Char, le système de marché de l'assainissement est fragmenté, avec de faibles liens entre les détaillants et les entrepreneurs de l'assainissement et un faible niveau de développement des infrastructures. Les entrepreneurs ont peu d'incitations pour fournir des produits de qualité ou à les livrer dans les zones difficiles d'accès. C'est dans cette optique que PRO-WASH et SHOUHARDO III, un projet multisectoriel de sécurité alimentaire, ont conçu le projet de recherche en assainissement dans des environnements opérationnels complexes (SCORE).

Le projet SCORE, tel que mis en œuvre par iDE, vise à identifier des solutions d'assainissement peu coûteuses, disponibles localement et répondant aux indicateurs de qualité et de sécurité établis (Tableau 1) pour les populations vivant dans les régions de Haor et de Char au Bangladesh. Ce projet de recherche avait pour but de relever les défis de l'assainissement liés aux inondations saisonnières, à la faible disponibilité de terres pour la construction de latrines domestiques et à l'incapacité des pauvres et des très pauvres à s'offrir les modèles existants de latrines résistantes aux inondations. SCORE a formulé des recommandations concrètes qui ont été prises en compte par SHOUHARDO III. En conséquence, SHOUHARDO III a formé 74 fabricants de latrines, créé un réseau de 74 agents commerciaux (dont la moitié sont des femmes) et amélioré les latrines de plus de 11 900 ménages.

TABLEAU 1: Critères pour les solutions d'assainissement

Satisfaire aux critères du Programme conjoint de surveillance OMS/UNICEF et aux critères de l'USAID pour les services d'assainissement " limités ".	Capable de résister aux inondations et aux crues saisonnières et de conserver l'efficacité pendant la saison sèche et la mousson.	Abordable, coûtant entre 5 000 et 12 000 BT (60 à 150 USD)
Inclure des solutions de changement de comportement qui tiennent compte de l'adéquation avec le contexte et les normes sociales.	Tenir compte de la gestion sécurisée des boues de vidange pendant toutes les étapes de la collecte, du stockage et de l'élimination finale.	Peut inclure des solutions non technologiques

MÉTHODOLOGIE

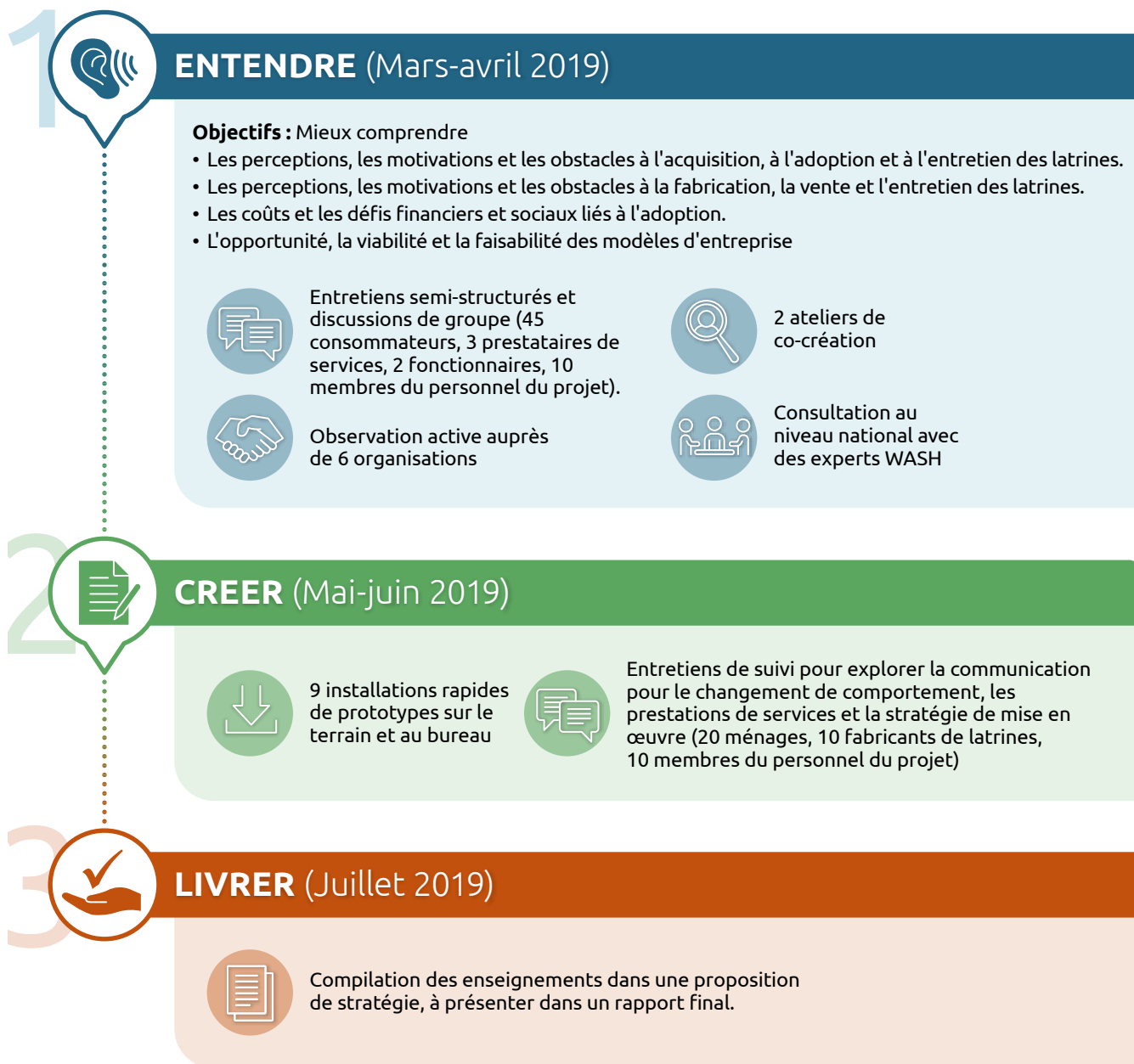
Les recherches ont été conduites par iDE entre mars et juillet 2019. Elles ont combiné les approches de la conception centrée sur l'humain et de Renforcement des Systèmes de Marché.

La conception centrée sur l'humain (CCH) utilise une approche de type ethnographique pour comprendre les besoins des utilisateurs et des parties prenantes, associée à des méthodes issues de la conception de produits / d'entreprises et de stratégies de marketing, afin de trouver des solutions désirables, réalisables et viables. Le prototypage rapide ou "co-création" favorise l'engagement participatif de diverses parties prenantes et la conception de solutions.

Le renforcement des systèmes de marché repose sur l'hypothèse selon laquelle le développement des systèmes de marché est le meilleur moyen d'apporter des changements durables et évolutifs aux communautés à faibles revenus. Il s'agit de rendre les marchés plus accessibles aux ménages pauvres, tout en remédiant aux faiblesses du système de marché.

¹ Selon le rapport MICS 2019 du Bangladesh

L'étude s'est déroulée en trois phases : ENTENDRE, CREER et LIVRER².



RECOMMANDATIONS : Afin d'affiner ce processus pour les futurs efforts d'apprentissage et d'accélérer le processus, l'équipe de SHOUHARDO III recommande de procéder à une analyse situationnelle et à des entretiens à distance suivant les principes du développement durable avant la recherche formative sur le terrain. Cette approche permettrait d'atténuer les difficultés rencontrées par les populations qui, en raison de besoins plus urgents, ne sont pas en mesure de fournir des informations détaillées au cours de la phase de recherche. Pour les programmes comme SHOUHARDO III qui ciblent les ménages pauvres et extrêmement pauvres ainsi que les femmes et les jeunes filles, il est également recommandé de surveiller attentivement les effets sur ces populations cibles spécifiques et d'aller plus loin en intégrant l'impact souhaité sur ces sous-ensembles au cours du processus de conception itératif.

² Pour en savoir plus sur le processus CCH, consultez le site <https://hcdforwash.org/>

PRINCIPAUX RESULTATS

CONTEXTE GEOGRAPHIQUE ET MARCHÉ

L'initiative WASH dans laquelle le projet SHOUHARDO III se situe est difficile à gérer en raison des barrières géophysiques, socioculturelles et économiques spécifiques à Char et Haor qui nécessitent des solutions contextualisées. Du fait de la géographie, de l'érosion et de la densité croissante de la population, il est difficile d'y entretenir les infrastructures sanitaires. Les inondations pendant la saison des moussons peuvent faire déborder les latrines. Bien que de nombreuses solutions d'assainissement aient été identifiées lors de précédents efforts, elles n'ont pas été mises en œuvre à cause de difficultés telles que l'absence de modèles commerciaux viables, de collaboration avec les chaînes d'approvisionnement et les entreprises du secteur de l'assainissement, et l'inadéquation entre les produits et la demande des consommateurs. En outre, les ménages à faibles revenus ne donnent pas la priorité aux latrines à cause de problèmes d'accessibilité financière. Pour ce qui est de l'offre, il n'y a que quelques prestataires de services, dont les connaissances de la demande sont limitées, et qui ne considèrent pas ces zones d'accès difficile comme rentables.

LES BENEFICIAIRES ET LE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT

Au cours de la phase « entendre », six principaux points ont été identifiés concernant les connaissances des consommateurs et des acteurs, et qui devraient contribuer aux solutions d'assainissement :

- 1. Niveaux de sécurité alimentaire :** La population cible doit être considérée en segments clés en fonction des niveaux de sécurité alimentaire, chaque segment nécessitant des solutions d'assainissement différentes. Les ménages qui sont plus aisés peuvent être la cible pour la vente directe de latrines, tandis que des subventions, des épargnes et des prêts seront nécessaires pour les ménages moins nantis.
- 2. Saisonnalité :** L'achat et l'installation de latrines sont saisonniers dans les régions de Haor et de Char ; la plupart des achats ayant lieu juste après les récoltes à Char et au début de la mousson à Haor.
- 3. Sensibilisation et communication ciblée :** Vu la prévalence de la défécation à l'air libre tout au long de l'année dans les régions de Haor et de Char, il est essentiel d'inclure la sensibilisation comme élément clé de toute solution.
- 4. Impliquer les bénéficiaires :** Il est essentiel d'établir et de maintenir des contacts intensifs et réguliers avec les bénéficiaires pour obtenir l'adoption de comportements d'assainissement améliorés tels que l'utilisation des toilettes améliorées.
- 5. Les préférences :** Les ménages ont déclaré vouloir des toilettes qu'ils peuvent utiliser toute l'année et qui soient résistantes aux inondations. Les solutions doivent s'appuyer sur les méthodes d'assainissement existantes tout en intégrant les améliorations appropriées et réalisables.
- 6. La signification :** Les définitions de latrines "améliorées" sont vagues et incohérentes à tous les niveaux, aussi bien pour les ménages, le personnel du projet, les prestataires de services et le gouvernement. Les concepts d'amélioration durable, d'installation correcte et d'entretien sont particulièrement absents.

Les entretiens de suivi réalisés pendant la phase « créer » ont permis d'explorer trois aspects spécifiques du changement de comportement : les messages, les supports et le langage visuel. Ceci afin d'identifier le public cible ; de concevoir des messages et de tester des stratégies de sensibilisation et de placement. Dans chaque région, deux messages, conçus sur la base des données de la phase « Entendre » provenant de la zone spécifique, ont été testés. La région de Char a comparé des messages portant sur des préoccupations pratiques et de santé, avec des messages ambitieux axés sur la richesse. La région de Haor a comparé des messages d'encouragement avec des messages de mise en garde. Dans chaque région, diverses approches visuelles ont également été testées, notamment des photos de personnes, des dessins et de simples graphiques. Dans l'ensemble, la sécurité s'est avérée être le message le plus

important pour changer les comportements en matière d'achat et d'installation correcte de latrines améliorées. Les photos ou les vidéos de personnages illustres se sont avérées les mieux adaptées au marketing de masse, tandis que les dessins décrivant des scènes courantes étaient les mieux adaptés au marketing interpersonnel.

PRODUITS

Au cours de la phase « créer », les chercheurs ont identifié des facteurs de conception pour des latrines améliorées liés à l'emplacement, à la superstructure, à la structure intermédiaire et à la sous-structure des latrines améliorées.

EMPLACEMENT	SUPERSTRUCTURE (ABRIS)
<ul style="list-style-type: none"> • Les principaux obstacles à l'installation sécurisée de fosses sont l'odeur et la disponibilité de l'espace. Les prototypes ont considérablement réduit l'odeur grâce à une cuvette de latrine améliorée • Les latrines surélevées, qui contribuent à prévenir les inondations, ont nécessité plus de travail que prévu. Les ménages ont pu fournir une grande partie de la main-d'œuvre, mais si cette main-d'œuvre était externalisée, le coût total de l'installation augmenterait d'un tiers. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tous les utilisateurs ont préféré avoir des abris plus hauts. Les abris plus courts ont été testés en vue d'utiliser moins d'étain (et donc réduire les coûts), mais les utilisateurs ont préféré les abris plus hauts. • Les piliers en béton offrent une meilleure résilience, mais coûtent trois fois plus cher. • La pose d'un toit transparent profite aux femmes et aux filles car il permet d'améliorer le nettoyage et les pratiques d'utilisation, notamment la gestion de l'hygiène menstruelle.
STRUCTURE INTERMÉDIAIRE (DALLES)	INFRA-STRUCTURE (FOSSES)
<ul style="list-style-type: none"> • La conception à angles coupés améliore l'utilisation de l'espace pour le confort des femmes et des jeunes filles. • La complexité de la conception des latrines doit être conciliée avec les considérations de coût. • Des marches simples et peu coûteuses peuvent protéger les monticules de l'érosion, par exemple en les recouvrant de sacs de riz et d'herbe. 	<ul style="list-style-type: none"> • Il existe une forte perception que les fosses plus profondes sont meilleures, en dépit des recommandations de bonnes pratiques. Des prix bas pourraient inciter à réduire le nombre d'anneaux et l'intérêt existant pour le système FilTo pourrait être exploité pour intégrer des fosses moins profondes et plus larges. • Des dispositions créatives (le pliage des tuyaux par exemple) peuvent être utilisées pour réduire l'empreinte au sol et pour répondre aux préférences et aux comportements des utilisateurs.

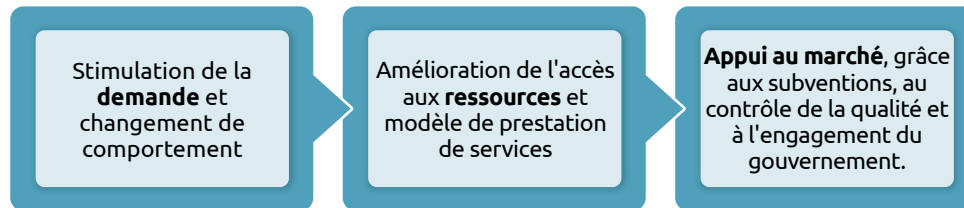
MODELE DE PRESTATION DE SERVICES

La phase « créer » a permis d'identifier les principales considérations pour le modèle de prestation de services.

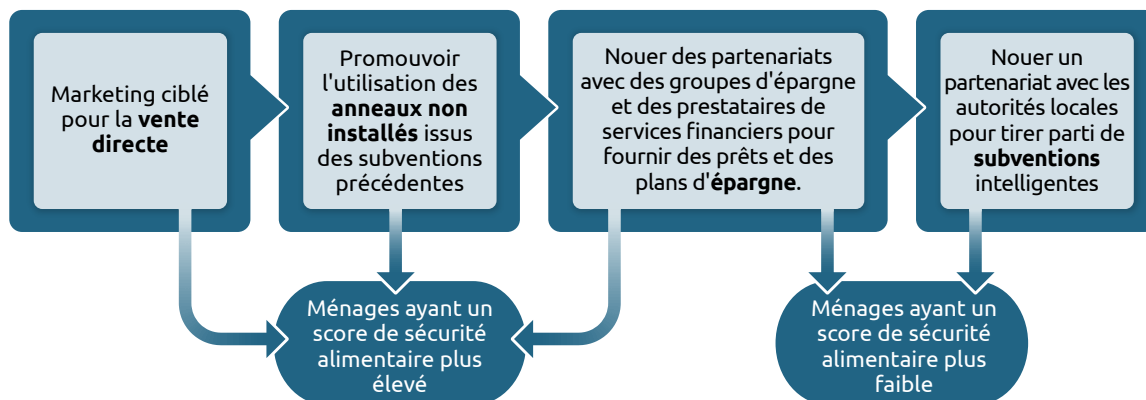
- Pour assurer une attention suffisante sur l'installation, il est nécessaire d'avoir un **agent** qui mette en relation les ménages, les Prestataires de Services Locaux (PSL) et les gouvernements locaux.
- **Les fabricants de latrines** peuvent devenir des prestataires de services au sens large, car certains sont déjà intéressés d'étendre leur activité à l'installation, à la recommandation de vidangeurs et aux réparations.
- Les prestataires de services n'ont pas nécessairement les relations requises avec les vidangeurs, les menuisiers et les gouvernements locaux, ni accès au micro financement nécessaire à l'expansion de leurs entreprises. Il est donc essentiel qu'ils soient soutenus pour le développement de ces relations.
- Les ménages détiennent souvent de précieux **modules non installés**, tels que des anneaux de latrines. Ces anneaux ont été distribués dans le cadre de précédentes subventions et peuvent être utilisés pour réduire le coût d'une latrine jusqu'à un tiers.

RECOMMANDATIONS / STRATEGIE PROPOSEE

Sur la base des résultats, les chercheurs ont proposé une stratégie de mise en œuvre qui vise à aider tous les ménages bénéficiaires de SHOUHARDO III à adopter l'une des solutions de produits proposées. Cette stratégie repose sur trois piliers :



Pour atteindre cet objectif, la stratégie propose quatre approches ciblant des ménages spécifiques, en fonction de leurs performances par rapport aux indicateurs clés de sécurité alimentaire :



SOLUTIONS DE PRODUITS ET SERVICES D'ASSAINISSEMENT

Latrines : Les solutions d'assainissement porteront sur quatre niveaux : 1) la technologie; 2) les modules; 3) l'installation; et 4) la maintenance. Les solutions intègrent du matériel conçu pour répondre aux besoins des zones inondables, avec des aspects liés au changement stratégique de comportement et à un modèle commercial complet. iDE recommande une gamme de quatre modèles différents de latrines. Tous les modèles sont équipés de la cuvette SaTo, qui est munie d'un joint d'étanchéité hermétique qui réduit les odeurs, l'une des principales barrières. iDE recommande d'utiliser le nom de marque « Nirapod », qui combine le mot bengali « nirapad » signifiant 'sûr', et le mot anglais « pod », qui signifie une enceinte, un logement ou un conteneur amovible simplifié.

BASIQUE	BASIQUE+
Cette latrine est une latrine à fosse simple et peu coûteuse, où la dalle repose directement sur le dessus de la fosse. La fosse est tapissée de trois anneaux en béton. La dalle est équipée d'une trappe qui éloigne les mouches et bloque les odeurs. Cette latrine comprend un abri en tôle ondulée (fer blanc) avec des piliers en bambou et est plus large que les modèles traditionnels.	Ce modèle comprend trois améliorations par rapport au modèle basique : (1) des piliers en béton sont utilisés pour l'abri à la place du bambou, avec une toiture transparente pour la lumière naturelle ; (2) la dalle est carrée, ce qui offre plus d'espace ; (3) la fosse est munie de FilTo, un dispositif peu coûteux de gestion in situ des boues de vidange, et qui augmente la lixiviation, diminue le volume des boues dans la cuve, effectue un traitement primaire des boues et favorise une vidange plus sécurisée.
DÉCALÉ	DÉCALÉ +
Le modèle décalé déplace la fosse du dessous de la dalle de 2 à 3 pieds. La fosse reste la même que pour la latrine Basique+. L'abri est le même que celui de la conception basique.	Le modèle Décalé+ comprend la même dalle et la même fosse que le modèle Décalé. Cependant, l'abri peut également être collé à la maison. L'abri est le même que celui du modèle Basique+.

Services de vidange : Pour le nettoyage, iDE recommande la solution FilTo FSM³, qui permet de retenir les boues dans des fosses moins profondes et de drainer le liquide, ce qui rend la manipulation plus sécurisée. Avant la vidange, les ménages doivent utiliser des cendres ou de la sciure de bois pour réduire les odeurs et absorber le liquide restant dans la fosse. Les fosses doivent être vidangées chaque année avant la saison des moussons, étant donné que cela nécessitera un changement de comportement difficile dans la région de Haor, y compris l'éducation pour accroître la fertilité des sols incultes.

TABLEAU 2 : Détails des prix des solutions d'assainissement sélectionnées

CHAR	PRÉPARATION DU SOL	DALLE	FOSSE	ABRI	INSTALLATION ET TRANSPORT	TOTAL	TOTAL EN USD	
1	Basique	Main d'œuvre ménage (Non inclue dans le coût)	650 - 1000	500 - 600	2700 - 3200	1400 - 2500	5250 - 7300	66 - 91
2	Basique+		1200 - 1400	1200 - 1300	3700 - 4700	Main d'œuvre fournie par le ménage pour réduire le coût	7500 - 9900	94 - 124
3	Décalé		2300 - 2600	1500 - 1600	2700 - 3200		7900 - 9900	98 - 124
4	Décalé+		2300 - 2600	1500 - 1600	3700 - 4700		8900 - 11400	111 - 140

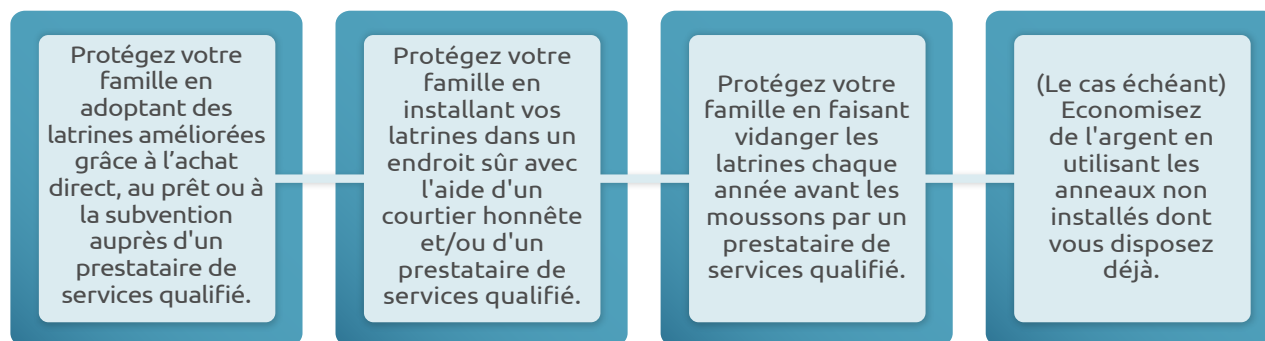
HAOR	DALLE	FOSSE	ABRI	INSTALLATION ET TRANSPORT	TOTAL	TOTAL EN USD	
1	Basique	900 - 1000	800 - 900	1800 - 3000	6200 - 8100	76 - 101	
2	Basique+	1000 - 1200	2000 - 2200		3700 - 4700	8500 - 11100	106 - 139
3	Décalé	2200 - 2500	2200 - 2500		2700 - 3200	8900 - 11200	111 - 140
4	Décalé+	2200 - 2500	2200 - 2500		3700 - 4700	9900 - 12700	124 - 159

Coût : Les solutions proposées répondent aux critères d'accessibilité financière (entre 5 000 et 12 000 BDT/60 à 150 dollars US) et sont économiquement viables. Les ménages disposés à fournir des anneaux/équipements existants ou la main d'œuvre pour l'installation pourraient réduire davantage les coûts. Même si les ménages choisiront probablement l'option basique, le fait de proposer tous les modèles augmente la probabilité que les ménages se dotent d'une latrine de modèle supérieur lorsque leur situation financière le permettra.

STRATEGIE DE CREATION DE LA DEMANDE ET DE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT

La stratégie de changement de comportement proposée vise à communiquer quatre messages clairs au personnel du projet et au secteur privé, axés sur le thème clé de la sécurité et mettent en exergue la formule de prestation de services complets, plutôt que seulement certaines composantes.

Messages recommandés :



iDE recommande deux types d'interventions pour le changement de comportement : le marketing « en-dessous de la ligne » (message comportemental) et le marketing « au-dessus de la ligne » (création de la demande).

³ Un système peu coûteux de gestion des boues fécales sur site, qui augmente la lixiviation, diminue le volume des boues dans la cuve, effectue un traitement primaire des boues dans la cuve et favorise une vidange plus sécurisée.

Le Marketing « en-dessous de la ligne » : Dessins animés ou simples croquis qui montrent clairement au public cible des concepts compréhensibles de sécurité ainsi que des personnes qui vivent dans des circonstances similaires. Ces messages sont recommandés pour des tableaux à feuilles mobiles et autres techniques de marketing « en-dessous de la ligne ». Ces messages doivent être diffusés au sein des ménages et des communautés par des acteurs des ONG en qui les consommateurs ont confiance et doivent inclure des groupes mixtes hommes/femmes de tous âges. Ces messages peuvent cibler des parties prenantes influentes ou des clients potentiels.

Le Marketing « au-dessus de la ligne » : Les photos/vidéos de personnes de confiance telles que les travailleurs des ONG et les agents de santé sont recommandées pour être utilisées sur les tableaux d'affichage, à la télévision, à la radio, les melas (foires locales) et d'autres techniques de marketing « au-dessus de la ligne ». La télévision est la plus fiable de toutes les formes de médias, mais les coûts relatifs sont élevés. Les tableaux d'affichage et les melas sont également fiables. Le langage visuel préféré comprend des images ambitieuses de citoyens, de médecins et des travailleurs d'ONG.

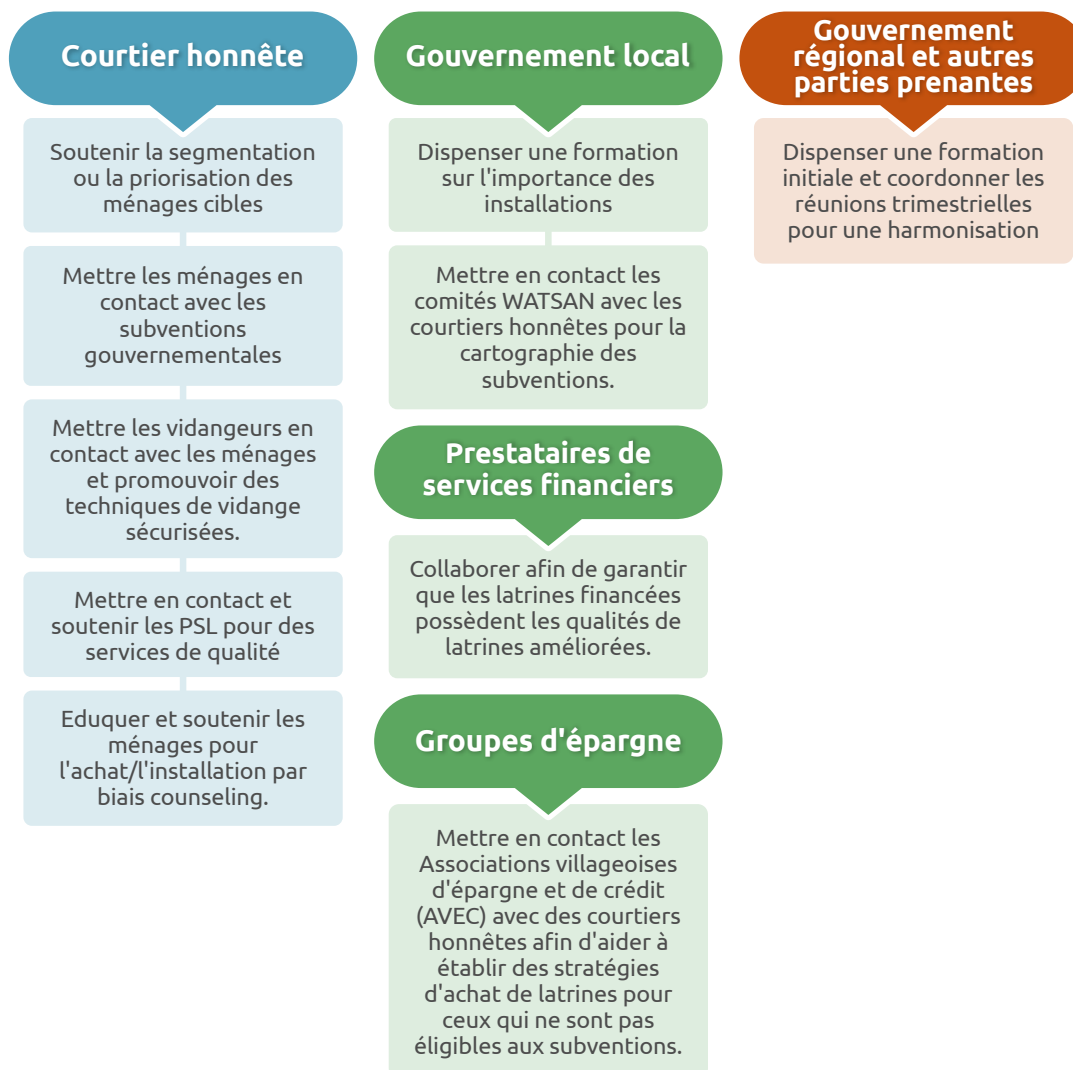
MODELE D'APPROVISIONNEMENT ET DE PRESTATION DE SERVICES

Le plus gros maillon manquant dans la chaîne d'approvisionnement des latrines dans les régions de Haor et Char est l'installation. Pour garantir une installation correcte, la marque Nirapod sera vendue par l'intermédiaire de prestataires de services formés et soutenus par des « courtiers honnêtes », qui sont des membres du personnel du projet, recrutés par l'ONG. Ces acteurs seront également en contact avec les vidangeurs de latrines pour le bon entretien des latrines, ainsi qu'avec les gouvernements locaux pour faciliter l'accès aux subventions.

Pour garantir un modèle commercial efficace et un service de qualité, iDE recommande de s'engager avec trois niveaux d'acteurs : (1) les PSL; (2) les fournisseurs de services régionaux; et (3) les vidangeurs. Les PSL devraient bénéficier d'une formation et d'un mentorat pour l'introduction de nouveaux concepts et pour soutenir la prestation de services de qualité. Les fournisseurs de services régionaux devraient participer à des ateliers de réseautage trimestriels et recevoir une formation sur les principes fondamentaux des meilleures pratiques en matière de latrines afin de réduire les conseils erronés et de soutenir efficacement les PSL. Les vidangeurs devraient être formés sur les technologies, la sécurité et les relations ainsi que sur les approches de vidange respectueuses de la dignité. L'approche devrait se concentrer sur les systèmes de traitement sur site à Haor et à Char, qui sont plus rentables et qui nécessitent moins de formation et d'entretien. Les vidangeurs devraient également être en contact avec les PSL pour coordonner les vidanges de masse avant les périodes des moussons.

SOUTIEN AU MARCHÉ

En plus de soutenir l'offre et la demande, iDE recommande de s'engager auprès de trois groupes clés afin de soutenir le développement du marché au sens large : (1) Courtier Honnête dont le rôle est de créer un environnement plus équitable et de soutenir les utilisateurs de latrines ; (2) le gouvernement local, qui a pour mandat de soutenir le secteur de l'eau et de l'assainissement au niveau de l'Union Parishad, les fournisseurs de services financiers et les groupes d'épargne ; et (3) le gouvernement régional et les autres parties prenantes clés. Les résultats de la recherche ont recommandé que les rôles et activités suivants soient mis en œuvre :



APPLICATION DES RESULTATS

Suite à l'activité de recherche appliquée de PRO-WASH, le projet SHOUHARDO III a réalisé des activités dans le cadre du projet Scaling-Up WASH Innovations in Remote Locations (SWIRL) pour renforcer la demande et l'offre de solutions d'assainissement améliorées respectueuses de l'environnement en s'appuyant sur la recherche et en s'adaptant aux réalités du terrain.

Création de la demande : SHOUHARDO III a adopté des stratégies recommandées pour le renforcement de la demande, telles que la tenue de plus de 184 rencontres de vente groupées ainsi que des campagnes de sensibilisation dans les médias de masse et des démonstrations de produits et services, en s'adaptant aux restrictions de présence physique imposées par la COVID-19. La mise en œuvre de ces approches a révélé que les « coups de pouce », les déclencheurs environnementaux de promotion de comportements souhaités, aidaient les utilisateurs à acheter et à adopter des toilettes améliorées. Pour soutenir l'accès au financement, les fabricants de latrines ont proposé des



*Les anneaux sont importants pour tapisser la fosse.
Crédit photo : iDE*

plans de paiement par tranches. Le projet a également subventionné les options de financement existantes et mis l'accent sur les avantages tangibles et immédiats pour la santé des ménages afin d'accroître leur volonté de payer.

Produits : A travers la mise en œuvre, l'équipe a découvert que le recours à une technologie avancée n'est pas nécessairement la meilleure solution. Au contraire, la dalle bon marché avec un joint d'étanchéité était la plus appropriée. Elle a également continué à perfectionner les produits, en modifiant la couleur de la dalle pour faciliter la visibilité pendant la nuit et en ajoutant des crêtes aux pose-pieds pour encourager les usagers à porter des chaussures.

Fourniture et prestation de services : Le projet a également amélioré le modèle de prestation de services en formant et en encadrant 75 fabricants de latrines sur la fabrication et les pratiques commerciales, en suscitant et en soutenant cinq réseaux de concessionnaires, en développant plus de 50 partenariats avec des concessionnaires et des détaillants commerciaux, et en formant 75 agents de vente de latrines, dont la moitié étaient des femmes. Le fait que ces vendeurs se rendent dans les domiciles a été l'un des moyens les plus efficaces de création de la demande. Ces acteurs avaient également une bonne connaissance de la population locale, ce qui leur a permis d'adapter leurs techniques de marketing et de repérer les périodes de pointe pendant lesquelles les ménages pouvaient se permettre d'acheter des latrines. Les chefs religieux et les élites locales ont également joué un rôle clé d'influence sur les habitudes comportementales.

Considérations environnementales : Les PSL et leurs agents constituent un canal important de diffusion d'informations sur l'installation des latrines auprès des propriétaires de latrines et de terrains afin de réduire le risque de contamination de l'eau. Les acteurs du marché partagent de telles informations dans le cadre de leurs ventes afin de gagner la confiance et de fournir un service après-vente. Pour éviter la contamination des eaux souterraines, des recommandations sont données concernant l'emplacement (par exemple, la distance entre les sources d'eau et l'emplacement de la latrine afin de réduire les risques pendant les inondations) et la profondeur des latrines. Les PSL sont formés pour suggérer de ne pas vidanger les fosses septiques pendant la saison des moussons. Bien que le projet SHOUHARDO III ait organisé des séances de renforcement des capacités, ces considérations relèvent de la responsabilité et de la décision des ménages en fonction de la superficie et de la disponibilité du terrain.

Environnement favorable : La reconnaissance de l'environnement favorable a été un facteur essentiel de réussite, car le projet SHOUHARDO III a institué des réunions de coordination avec les agences de développement et une plateforme de dialogue public-privé destinée à approuver les produits d'assainissement améliorés et à former les producteurs. Bien qu'ayant initialement préféré les partenaires du secteur privé afin d'assurer la durabilité, l'équipe a constaté que le secteur privé était limité dans les zones cibles difficiles d'accès. En revanche, l'implication des gouvernements locaux s'est avérée particulièrement productive, car ils disposent d'un budget et d'un mandat pour étendre la couverture de l'assainissement. Cette implication a permis d'accroître les connaissances en matière de planification, de promotion, de mise en œuvre et de suivi de l'assainissement chez les acteurs du secteur public, et les communautés marginalisées ont pu adopter des toilettes améliorées. Par exemple, les Union Parishads (administrations au niveau des sous-districts) jouent un rôle clé dans l'application des critères de sélection des ménages pour bénéficier des subventions et le département de la Santé Publique et de l'Ingénierie prodigue des conseils sur les produits et équipements de qualité ainsi que les stratégies d'installation. Les comités de l'eau et de l'assainissement reçoivent un mandat et un budget du gouvernement leur permettant d'octroyer des subventions aux ménages ultra-pauvres. En les mettant en contact avec les fabricants de latrines du projet, les acteurs du secteur public sont sensibilisés et informés sur les latrines hygiéniques et les différentes technologies, et souvent grâce à ces liens, ils ont commencé à acheter des latrines auprès de ces fabricants.

IMPACT

Grâce à l'initiative SWIRL, plus de 2 200 participants ont été touchés à travers des rencontres de vente. Grâce à ces rencontres et à d'autres efforts de vente, 11 900 ménages ont bénéficié de latrines améliorées, ce qui a impacté plus de 47 000 personnes. En conséquence, ces ménages ainsi que d'autres dans la région jouissent maintenant de meilleurs états de santé. Un participant du district de Sunamganj explique : *“Les anciens et les enfants de notre famille utilisent les latrines jusqu'à présent, ce qui nous rend la vie beaucoup plus facile et nous protège des maladies courantes. Pendant les inondations, nous avons même accueilli environ six familles de notre voisinage qui n'avaient plus accès à des latrines.”*



Événement de vente de producteurs de latrines dans une communauté.
Crédit photo : IDE

Les ménages qui ont eu accès à des latrines améliorées exercent une influence et incitent les autres à acheter les leurs, ce qui accroît la demande. Un participant du district de Kurigram a confié : *“En possédant cette latrine, les voisins viennent me consulter pour savoir comment ils peuvent s'en procurer une, en négociant avec Union Parishad ou une autre ONG.”* Il y a également eu une collaboration avec diverses autres ONG travaillant dans des localités similaires à la zone d'intervention du projet, et qui ont acquis des latrines auprès de fabricants de latrines formés par le projet.

Un des effets indirects des efforts du projet SWIRL en matière d'assainissement a été l'autonomisation

des femmes. Près de 80% des participants touchés par les rencontres de ventes étaient des femmes qui ont pris part à la décision d'acheter une latrine améliorée. Le Programme a également renforcé l'autonomie des femmes entrepreneurs. Deux des fabricants de latrines et près de 70% des agents de vente étaient des femmes, ce qui a contribué à les faire apparaître comme des acteurs de changement dans la communauté.

AMELIORATION DES TECHNOLOGIES

Les ménages sont intéressés par la modernisation de leurs latrines du fait des campagnes de vente, des politiques gouvernementales, de l'influence des PSL sur les clients, de l'augmentation de la taille des ménages et de l'augmentation des revenus due à la croissance des activités économiques. Lors des constructions de nouvelles maisons, les ménages s'informent sur les nouveaux types de latrines grâce aux diverses campagnes de sensibilisation et aux séances publiques.

Les données de suivi actuelles indiquent que les améliorations suivantes ont eu lieu :

1. des latrines à fosse directe non améliorées aux latrines basiques : 21 241 latrines
2. des latrines basiques à fosse directe aux latrines à fosse décalée : 1 998 latrines
3. des latrines à fosse décalée aux latrines à double fosse décalée : 163 latrines

Il existe également des options d'améliorations telles que le passage à des fosses doubles, l'installation d'un plan de technologie avancée ou l'ajout de dispositifs de motivation promotionnels tels que des pose-pieds colorés et antidérapants pour améliorer la visibilité et la sécurité, ou des pose-pieds à pointes pour inciter les usagers à porter des sandales/chaussures.

DEFIS A RELEVER ET PERSPECTIVES

Bien que le processus itératif de conception et de mise en œuvre ait conduit à des changements tangibles dans les communautés cibles, les réalités des zones d'intervention et des groupes cibles posent des défis permanents à l'amélioration durable des résultats en matière d'assainissement.

- **Obstacles financiers :** Les ménages pauvres et extrêmement pauvres ont du mal à se payer les solutions d'assainissement les plus élémentaires. Bien que les fabricants de latrines aient proposé des plans de paiement par tempérament pour améliorer l'accès, les prêts accordés sont souvent impayés, ce qui augmente le risque financier pour ces fournisseurs. Une approche plus inclusive avec des solutions de financement supplémentaires est nécessaire afin de rendre les produits d'assainissement améliorés viables pour les pauvres et les très pauvres.
- **Création de la demande et soutien au marché :** pour les ménages pauvres et extrêmement pauvres, la volonté de consacrer des ressources rares à ces produits est limitée alors que le gouvernement est censé fournir des services gratuits. Jusqu'à présent, une coordination étroite entre l'équipe du projet et le secteur privé a été nécessaire pour stimuler la demande et les ventes de latrines. L'identification de producteurs de latrines appropriées s'est avérée être un défi, et ces producteurs ont eu besoin du soutien du projet SHOUHARDO III pour lancer leurs activités et s'adapter aux besoins de leurs clients. Les acteurs du maillon final ont également hésité à s'engager parce que ne percevant pas d'avantages financiers. En conséquence, ce rôle a été largement assumé par le personnel du Programme. Il sera important d'explorer davantage les options permettant d'assurer la continuité de l'offre et de la demande bien au-delà de la clôture du projet SHOUHARDO III.
- **Catastrophes naturelles :** Malgré l'amélioration des modèles, les dommages causés aux infrastructures par les inondations constituent un défi constant dans les zones d'intervention. Les ménages pauvres et extrêmement pauvres se trouvent dans l'incapacité de prioriser les ressources entre les réparations et les réinstallations après les catastrophes naturelles.

Perspectives : Malgré ces défis, l'opportunité de transférer les activités d'assainissement au gouvernement après la clôture du projet SHOUHARDO III est une perspective prometteuse. Etant donné leur mandat d'accroître les services d'assainissement, les autorités locales sont bien placées pour intégrer les activités menées dans le cadre du projet SWIRL dans leurs interventions WASH. L'équipe du projet SHOUHARDO III travaille activement à la coordination avec les contacts appropriés et au renforcement de leurs capacités afin de réussir cette transition.

RESSOURCES SUPPLEMENTAIRES

Rapport final recherche SCORE

A PROPOS DE PRO-WASH

Le projet Pratiques, Recherches et Opérations en Eau, Assainissement et Hygiène est une initiative financée par le Bureau pour l'assistance humanitaire de l'USAID (BHA) et dirigée par Save the Children. PRO-WASH vise à fournir un soutien aux partenaires de mise en œuvre afin de renforcer la qualité des interventions WASH à travers le renforcement des capacités, le partage des connaissances et des opportunités de recherche WASH appliquée.

Nicole Weber, Directrice de PRO-WASH

nweber@savechildren.org

<https://www.fsnnetwork.org/PRO-WASH>

A PROPOS DU PROJET SHOUHARDO III

Le projet SHOUHARDO III est une activité de Résilience et de Sécurité Alimentaire (RFSA) qui a débuté en 2015 et qui en est à sa septième année de mise en œuvre. Cette RFSA qui est dirigée par CARE et mise en œuvre en partenariat avec six ONG nationales et le gouvernement du Bangladesh, vise à assurer une sécurité alimentaire et nutritionnelle équitable entre les sexes et la résilience des personnes vulnérables dans leurs régions d'intervention.

Marc Nosbach, Chef de projet

marc.nosbach@care.org

https://shouhardo.carebangladesh.org/en_US/

A PROPOS DE IDE

International Development Enterprises (IDE) est un leader mondial dans l'application de solutions de développement centrée sur l'humain et de solutions basées de marché pour relever les défis du développement mondial.

wash@ideglobal.org

<https://www.ideglobal.org>

Ce bulletin d'apprentissage est rendu possible grâce au soutien généreux du peuple américain par le biais de l'Agence des États-Unis pour le développement international (USAID). Le contenu est la responsabilité de PRO-WASH et ne reflète pas nécessairement les opinions de l'USAID ou du gouvernement des États-Unis.