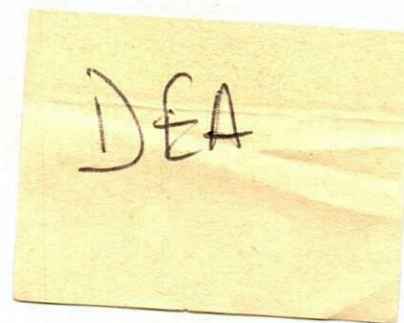


REPUBLIQUE DU SENEGAL

Un peuple – un But- une Foi



Avec l'appui technique de



Rapport Etude

*«Motivations et Barrières à l'acquisition et à l'utilisation des
Ouvrages d'assainissement améliorés en milieu rural».*



Réalisée par :

Mamadou Mar FAYE

Cheikh Moussa CAMARA

Février -2014

REMERCIEMENTS

Nous adressons nos vifs remerciements à ADEMAs en particulier la **Directrice Exécutive Mme Alison Malmqvist** et ses partenaires, de nous avoir fait confiance pour la réalisation de cette étude. Nous remercions aussi toute l'équipe de ADEMAs pour leurs suggestions et remarques qui ont beaucoup contribué à faciliter l'ensemble du processus de recherche et d'analyse. Une mention spéciale est adressée à **toute l'équipe de recherche** ainsi que Monsieur Fadel Thiam pour la disponibilité et la volonté, mais surtout la rigueur dont-ils ont fait montre durant tout le déroulement de l'étude.

Nos remerciements vont aussi à l'endroit de toutes les partenaires ainsi que les responsables de la Direction de l'assainissement et leurs démembrés dans les régions ciblées dont la collaboration a permis la réalisation de cette étude dans les délais. Nous y associons aussi l'ensemble des chefs de villages ciblés et notables.

Nous remercions aussi tous les membres de l'équipe de terrain qui se sont investis sans réserve dans la collecte et l'analyse des données: Mouhamadou Moustapha Wone, Mamadou Ndiaye, Salif Camara, Awa Badji, Ndialou Wade, Fatou Bintou Touré, Ibrahima Fall, Adama Kadji, Mohamadou Sy.

Enfin nous remercions les partenaires de ADEMAs qui ont bien voulu participer à l'atelier d'analyse (La direction de l'Assainissement et le PEPAM/RTI) ainsi que ceux qui ont bien voulu consacrer de leur temps pour répondre aux questions des consultants.

Sommaire

Liste des Tableaux	2
Liste des figures.....	2
Liste des Acronymes et Abréviations.....	3
I- CONTEXTE	4
II- SYNTHÈSE DOCUMENTAIRE ET RENCONTRE AVEC LES ACTEURS.....	5
III- PRÉSENTATION DES RESULTATS	11
IV- RECOMMANDATIONS.....	34
V- CONCLUSION	37
BIBLIOGRAPHIE	38

Liste des Tableaux

Tableau 1 : Taux d'accès à l'assainissement au Sénégal.....	4
Tableau 2: Tableau de Fréquence et d'intensité.....	32
Tableau 3 : CATEGORY MAP	35

Liste des figures

Figure 1 :	33
------------------	----

Liste des Acronymes et Abréviations

ACIHA : Approche Communautaire Intégrée Eau, Hygiène et Assainissement

ADEMAS : Agence pour le Développement du Marketing Social

ASC : Association Sportive et Culturelle

ASUFOR: Association des Usagers du Forage

ATPC : Assainissement Total Piloté par la Communauté

CCC : Communication pour le Changement de Comportement

CREPA : Centre Régional pour l'Eau Potable et l'Assainissement

DA : Direction de l'Assainissement

DAL : Défécation à l'Air Libre

EAA: Eau et Assainissement en Afrique

FAD: Fonds Africain de Développement

FDAL : Fin de la Défécation à l'Air Libre

GIE : Groupement d'Intérêt Economique

GPF: Groupement de Promotion Féminine

JICA : Agence Japonaise de Coopération Internationale

OMD : Objectifs du Millénaire pour le Développement

ONG: Organisation Non Gouvernementale

PEPAM: Programme d'Eau Potable et d'Assainissement du Millénaire

PLHA : Plans Locaux pour l'Hydraulique et l'Assainissement

PPPLMS: Partenariat Public Privé pour le Lavage des Mains au Savon

RAC: Revue Annuelle Conjointe

RTS : Radio Télévision Sénégalaise

TCM : Toilette à Chasse Manuelle

UNICEF : Organisation des Nations-Unies pour l'Enfance

USAID : Agence Américaine pour le Développement International

WASH : Water, Sanitation and Hygiène

I- CONTEXTE

Depuis 2005, avec l'engagement de l'Etat du Sénégal pour l'atteinte des OMD, l'assainissement occupe une place importante dans les politiques publiques au Sénégal. Cet engagement s'est traduit par la création du PEPAM (Programme d'Eau Potable et d'Assainissement du Millénaire) qui est un cadre programmatique national servant d'unité de coordination de toutes les interventions des bailleurs dans le secteur de l'eau et de l'assainissement.

La politique du Sénégal en matière d'hygiène et d'assainissement en milieu rural est fondée sur une forte volonté de promouvoir l'accès des ménages à des ouvrages adéquats et de développer chez les populations les bonnes pratiques de base en matière d'hygiène (réalisation et utilisation effective d'ouvrages d'assainissement, lavage des mains, propreté des aliments et de l'eau de boisson, gestion des déchets solides, etc.).

L'objectif 7c des OMD vise à « réduire de moitié, d'ici 2015, la proportion de la population qui n'a pas accès de façon durable à l'eau potable et à l'assainissement de base ».

Dans le cas spécifique du Sénégal, l'objectif est de faire passer le taux d'accès à l'assainissement rural de 26,2% en 2005 à 63% en 2015. En termes de réalisations, il s'agira d'équiper 315 000 ménages en ouvrages d'assainissement individuels améliorés¹ et réaliser 3360 édicules publics dans les lieux publics communautaires.

Relativement à cet objectif, il convient aujourd'hui, de noter que, des progressions positives ont été enregistrées depuis le démarrage du PEPAM (en 2005) mais celles-ci s'avèrent très insuffisantes pour correspondre aux performances attendues en direction de l'atteinte des OMD en 2015.

Ainsi, les chances du Sénégal d'atteindre les OMD dans le domaine de l'assainissement sont très faibles ou même quasi compromises. En effet, le taux global d'accès à l'assainissement se situe à 47,7%.

Tableau 1 : Taux d'accès à l'assainissement au Sénégal

Sous- secteur	Milieu	# démographique	Taux d'accès
	Rural	55%	35,6%
Assainissement	Urbain	45%	62,4%
Total Assainissement		100%	47,7%

Source: Rapport RAC, PEPAM, 2013

Ce faible taux résulte de la combinaison de plusieurs facteurs qui sont à la fois d'ordre institutionnel, politique, social, économique et même organisationnel. En effet un problème de coordination réel est noté dans le secteur qui enregistre plusieurs chevauchements des actions menées par certains programmes.

¹ Notons que pour le JMP (Joint Monitoring Program -UNICEF - OMS), une installation sanitaire améliorée se définit comme une installation hygiénique qui permet d'éviter que l'utilisateur et son milieu immédiat n'entrent en contact avec les excréta ».

En milieu rural, la situation semble plus alarmante, puisqu'en 2011 soit six ans après le démarrage du PEPAM, le taux de couverture en ouvrages d'assainissements améliorés était seulement de 35,6%. Et ce gap risque de ne pas être comblé puisqu'il n'existe pas de programme national en matière d'hygiène en milieu rural et jusque là, l'Etat s'appuie uniquement sur les interventions des partenaires et des ONG.

Consciente à la fois des enjeux que représente l'assainissement pour l'amélioration de la qualité de vie des populations notamment en zone rurale et chez les populations les plus démunies, ADEMAS propose de mettre en œuvre une nouvelle approche basée sur le marketing de l'assainissement.

Ainsi, avec l'appui des partenaires au développement l'Agence compte développer cette approche du marketing de l'assainissement dont l'objectif est de faciliter à terme l'accès aux ouvrages d'assainissement améliorés aux populations des zones rurales.

Cette présente étude, vise à comprendre les facteurs favorisant et défavorisant l'utilisation des ouvrages d'assainissement amélioré en milieu rural.

Elle comprend deux grands volets dont l'un porte sur la revue documentaire et la rencontre avec les principaux acteurs et enfin un volet sur la segmentation au niveau des ménages relative à l'acquisition et à l'utilisation des ouvrages d'assainissement améliorés.

II- SYNTHÈSE DOCUMENTAIRE ET RENCONTRE AVEC LES ACTEURS

Avant l'entame de cette étude qualitative sur les "Motivations et les Barrières à l'acquisition et à l'utilisation des ouvrages d'assainissement améliorés en milieu rural » une étude documentaire a été effectuée de même qu'une rencontre avec les principaux acteurs du secteur de l'assainissement.

2.1. La revue documentaire :

Depuis plus de 10 ans, plusieurs initiatives et projets ont été lancés au Sénégal dans le domaine de l'eau potable, de l'assainissement et de l'hygiène ainsi que pour la promotion du lavage des mains au savon. Plusieurs de ces projets se sont faits dans le cadre des OMD en vue de renforcer les programmes de santé publique.

Plusieurs études ou documents ont été produits à cet effet pour une meilleure connaissance du cadre de ces interventions ou tout simplement pour documenter ce cadre. Les documents dont la synthèse est faite dans ce rapport donne une vue d'ensemble sur les données et informations disponibles à ce propos. La synthèse des documents qui ont été consultés et exploités est présentée ci-dessous.

2.1.1 Rapport de recensement des initiatives de promotion de l'assainissement et de l'hygiène

Ce document du Partenariat Public Privé pour le Lavage des Mains au Savon PPPLMS – Sénégal, présente une revue exhaustive des initiatives (actes politiques, études, recherches – actions, activités de proximité, etc.) de promotion menées dans le secteur de l'hygiène et de l'assainissement au Sénégal.

Ce document nous renseigne que face au déficit d'accès des sénégalais à l'eau potable et à l'assainissement, le gouvernement a mis en place le programme PEPAM qui devient le cadre unifié d'interventions en milieu urbain et rural pour atteindre les OMD en 2015 dans le domaine de l'eau

potable et de l'assainissement. Il dégage aussi le cadre institutionnel qui définit la politique de l'Etat et deux lettres de politique sectorielle ont été élaborées en 1995 et en 2001.

Le document fait aussi un cadrage des politiques, perspectives et stratégies en matière d'accès à l'eau potable, l'assainissement et l'hygiène publique. Il met ainsi le focus sur les OMD en particulier ceux relatifs à l'accès à ce secteur. Ainsi l'instrument par lequel le Gouvernement compte atteindre les OMD est le **Programme d'Eau Potable et d'Assainissement du Millénaire (PEPAM)** avec un budget de 515 milliards FCFA sur la période 2005-2015, dont 274 milliards FCFA pour le milieu rural et 241 milliards FCFA pour le milieu urbain. Des difficultés sont aussi notées au plan organisationnel mais aussi financier avec à la clé le problème de mobilisation des financements.

2.1.2 7ème revue annuelle sectorielle conjointe 2013

Ce document est un outil de travail de la RAC 2013 du PEPAM. Il fait le point sur la mobilisation des financements qui porte sur une enveloppe totale de **537,145 milliards FCFA** mobilisés sur la période 2005-2012 soit une moyenne de **67,14 milliards FCFA par an**. Cependant on note un ralentissement sur les capacités réelles de mobilisation de nouveaux financements qui étaient de 75 milliards FCFA en moyenne par an en 2011 et 71 milliards CFA en 2012. Ainsi, le niveau global de mobilisation des financements du PEPAM s'établit à 79,3% des prévisions (contre 63,1% en 2012) à moins de trois (03) années de l'échéance pour l'atteinte des OMD.

Ainsi, cette revue note un recul des subventions au profit de l'endettement avec parallèlement une baisse, même si elle est minime, de la part de l'Etat entraînant à moyen et long termes des répercussions négatives liées à la baisse des ressources de transfert à titre concessionnel pour le financement des investissements du secteur de l'eau potable et de l'assainissement.

Le document révèle que le secteur de l'assainissement rural n'était pas jusque là considéré, à un niveau assez satisfaisant, comme un secteur prioritaire et les investissements dits publics dans le sous-secteur de l'assainissement rural n'ont démarré qu'en 2005.

Au même moment le secteur de l'assainissement urbain a connu des taux d'exécution qui atteignent généralement 100% par an. Cette situation remet en cause les espoirs d'atteinte des OMD en particulier pour le sous-secteur de l'assainissement qui se situe à 47,7% (urbain et rural).

Concernant la DAL, le concept n'est apparu qu'en 2008-2009 quand on s'est rendu compte que 33% de la population rurale du Sénégal ne dispose d'aucun ouvrage d'assainissement. Ceci a suscité une réflexion au niveau international pour des approches innovantes dont le concept de l'Assainissement Total Piloté par les Communautés (ATPC).

2.1.3 Qui achète les latrines ? Où ? Pourquoi ?

Ce document produit par la série assainissement et hygiène du WSP (Water and sanitation program) essaye d'expliquer le concept de la demande des ménages pour l'assainissement dans les pays en développement. Plus exactement, il cherche à comprendre ce qui stimule la demande chez les nouveaux adhérents, et comment cette connaissance peut être utilisée pour développer des stratégies de

marketing pour accélérer l'adoption massive de l'assainissement. Cette réflexion est menée sur la base d'une étude approfondie sur les comportements d'adoption de latrines familiales en milieu rural au Bénin.

L'étude montre qu'il y'a 11 raisons qui conduisent à l'installation de latrine. La principale raison est que l'acquisition de latrine procure un certain statut et constitue le reflet d'une connexion avec le milieu urbain et une nouvelle vision, bref l'acquisition de latrine constitue le symbole de la modernité.

Les personnes qui désirent avoir une latrine recherchent aussi le bien-être et le confort qu'elle peut procurer mais aussi pour prévenir le péril fécal.

L'étude aboutit à des suggestions qui pourraient aider à stimuler une nouvelle demande en service d'assainissement.

2.1.4 Etude formative sur l'accès aux services d'eau, d'assainissement et la promotion de l'hygiène dans les régions de Ziguinchor, Kolda et Sédhiou

Cette étude réalisée par Africadis en avril 2010, aborde, entre autres, la problématique des attitudes et pratiques d'assainissement au niveau des ménages dans les régions de Ziguinchor, Kolda et Sédhiou. Elle montre que dans les localités ciblées par l'étude, les latrines traditionnelles et la nature restent pour 70% des ménages enquêtés les principaux lieux utilisés par les hommes, les femmes et enfants pour la défécation. En outre, les trous creusés par terre sont le principal lieu d'évacuation des eaux usées particulièrement à Kolda (39,4%), Sédhiou (19,3%) et Ziguinchor (16,6%). Dans les villages, les abords des concessions sont utilisés pour stocker les déchets ou déverser les eaux usées. Dans ces trois régions, les personnes interrogées sont peu satisfaites des services d'assainissement auxquels elles accèdent.

2.1.5 Evaluation initiale de l'environnement favorable et de l'économie politique du secteur de l'assainissement et de l'hygiène en vue de mettre à l'échelle, pérenniser et répliquer un programme national d'assainissement rural

Ce rapport élaboré en septembre 2012 par Dr B. S. Diop, expert eau et assainissement présente les différents types d'intervention ci-après en matière d'assainissement :

- Les programmes subventionnés ;
- L'approche Assainissement Total Piloté par la Communauté (ATPC)

Par ailleurs, ce rapport mentionne que le Fonds Africain de Développement (FAD) estime le taux de rentabilité des investissements dans le secteur eau/assainissement en milieu rural sénégalais à 31%.

2.1.6 Document de politique et stratégie opérationnelle de l'assainissement rural au Sénégal

Ce document élaboré par la Direction de l'assainissement avec le concours de la Banque Africaine de Développement en mai 2013 mentionne un certain nombre de recommandations en vue d'une meilleure stratégie nationale de l'assainissement rural au Sénégal.

Les principales mesures recommandées à moyen terme par la stratégie nationale de l'assainissement rural au Sénégal sont les suivantes :

- décentraliser la compétence assainissement au niveau des collectivités locales ;
- lancer une campagne de sensibilisation permanente à l'échelle nationale et locale ;
- reconnaître le rôle central de l'utilisateur et le mettre en position de faire des choix responsables et éclairés.

Le rapport souligne que l'approche ATPC lancée par l'UNICEF en 2009 au Sénégal est aujourd'hui utilisée par plusieurs autres partenaires (USAID, JICA, etc.). Elle permet de susciter un changement de comportement des ménages vis-à-vis de la Défécation à l'Air Libre (DAL) qu'elle vise à éradiquer. Cependant, elle n'est pas suffisante pour assurer l'accès des ménages à un assainissement amélioré.

2.2 Rencontre avec les acteurs au niveau national et régional

2.2.1 Entretiens au niveau national

- Entretien avec une chargée de programme de la Direction de l'Assainissement

L'entretien avec Mme Diarra chargée de programme au niveau de la Direction de l'Assainissement (DA) et point focal pour l'Assainissement Total Piloté par la Communauté (ATPC), a d'abord porté sur la nouvelle stratégie d'assainissement rural. D'après elle cette nouvelle démarche se justifie par la nécessité de revoir l'approche traditionnelle qui n'a pas permis d'atteindre les objectifs fixés. La nouvelle stratégie repose sur un changement de perspective car le bénéficiaire devient décideur et chef de projet.

En outre, Mme Diarra a mentionné les principaux programmes réalisés en matière d'assainissement rural au Sénégal au cours des dix dernières années.

- Entretien avec le chargé d'opération à l'UC PEPAM

M. Ndiaye, chargé d'opération à l'UC PEPAM a surtout insisté sur le changement de paradigme avec la nouvelle stratégie de l'assainissement rural. En 2025, le chef de ménage doit devenir chef de projet et décideur dans le domaine de l'assainissement. Cette nouvelle démarche marque une rupture avec les programmes actuels dans lesquels le projet prend en charge la réalisation des ouvrages d'assainissement.

- Entretien avec le spécialiste Wash de l'USAID

Monsieur A. Boly dans cet entretien pose d'emblée la nécessité d'affiner la stratégie mise en œuvre. Il suggère à ADEMAs, si elle envisage de s'impliquer qu'elle coordonne ses activités avec les autres acteurs du secteur. Par conséquent, ces autres intervenants doivent être informés des activités d'ADEMAs.

En outre, il pense qu'il est nécessaire d'analyser la chaîne de valeur de plus en plus complexe et mettre en place des mécanismes durables de financement.

- **Entretien avec le spécialiste marketing de PEA/Banque mondiale**

Monsieur S. Koita pense que cette étude est pertinente car, il est nécessaire d'avoir des informations sur la zone d'intervention notamment sur le plan socioculturel. Il suggère que le processus soit participatif.

Le PEPAM, a privilégié une méthodologie basée sur l'offre, mais qui n'a pas abouti à des résultats concluants par rapport aux objectifs de départ.

La question soulevée par M. Koita dans cet entretien est de savoir : Est-ce qu'il ne faut pas passer d'une approche basée sur l'offre à une approche basée sur la demande comme c'est le cas en Indonésie avec des résultats satisfaisants.

2.2.2 Entretiens au niveau régional

Il faut noter qu'au niveau régional, les responsables de l'assainissement ont été rencontrés non seulement pour donner leur avis sur l'étude et ses objectifs mais aussi pour valider le choix des villages ciblés en fonction des critères définis dans cette étude.

- **Entretien avec le chef du Service Régional de l'Assainissement (SRA) de Ziguinchor**

Les entretiens avec les chefs des services régionaux d'assainissement ont été riches d'enseignements. M. Ndong, chef du service régional d'assainissement (SRA) de Ziguinchor, a décliné les réalisations faites par PEPAM BAD¹ et leur impact dans la vie des populations.

Selon M. Ndong, en matière d'accès aux ouvrages d'assainissement amélioré, les contributions financières demandées sont abordables. Ces contributions diffèrent en fonction des projets. En termes de recommandation, il suggère la combinaison de l'ATPC et de l'approche programme subventionné.

- **Entretien avec le chef du Service Régional de l'Assainissement (SRA) de Kolda**

L'entretien avec M. Diallo du SRA de Kolda portait sur l'expérience de cette région qui a reçu plusieurs projets d'assainissement notamment avec le PEPAM depuis 2006. Un autre acquis appréciable révélé par notre interlocuteur porte sur l'existence de Plan Local en matière d'Hydraulique et d'Assainissement (PLHA) dans chacune des 31 communautés rurales (CR) de la région de Kolda.

En dépit de ces programmes, les besoins en assainissement demeurent importants au niveau des zones rurales de Kolda. M. Diallo, chef du SRA de Kolda, a aussi mentionné quelques contraintes dont les plus importantes sont relatives aux procédures financières et le manque d'implication des services régionaux dans la mise en œuvre du PEPAM USAID.

- **Entretien avec le responsable de la composante 3 de l'USAID PEPAM de Tambacounda**

M. Ibrahim Mamadou, responsable de la composante 3 de l'USAID PEPAM de Tambacounda a rappelé que ce programme a débuté en 2009 à Ziguinchor avant de s'étendre dans les régions de Kolda, Sédhiou puis Tambacounda en 2012.

- **Entretien avec Oumar Séne responsable de l'assainissement de Matam**

L'entretien avec M. Séne a permis de voir qu'à Matam beaucoup de villages disposent de latrines et cela grâce au travail de sensibilisation réalisé par les relais communautaires. M. Séne souligne que dans cette zone les populations sont même dans les dispositions de se procurer des latrines VIP.

- **Entretien avec Monsieur Sow chef de Service Régional de l'assainissement de Kaolack.**

Monsieur Sow a souligné qu'il y a un ensemble de choses qui se font dans la zone. Les interventions dans le domaine de l'environnement sont nombreuses dans ces zones. La majorité des villages de la région disposent de système d'assainissement. Beaucoup de démarches ont été initiées pour une plus grande implication des populations.

2.3 Implication sur l'étude

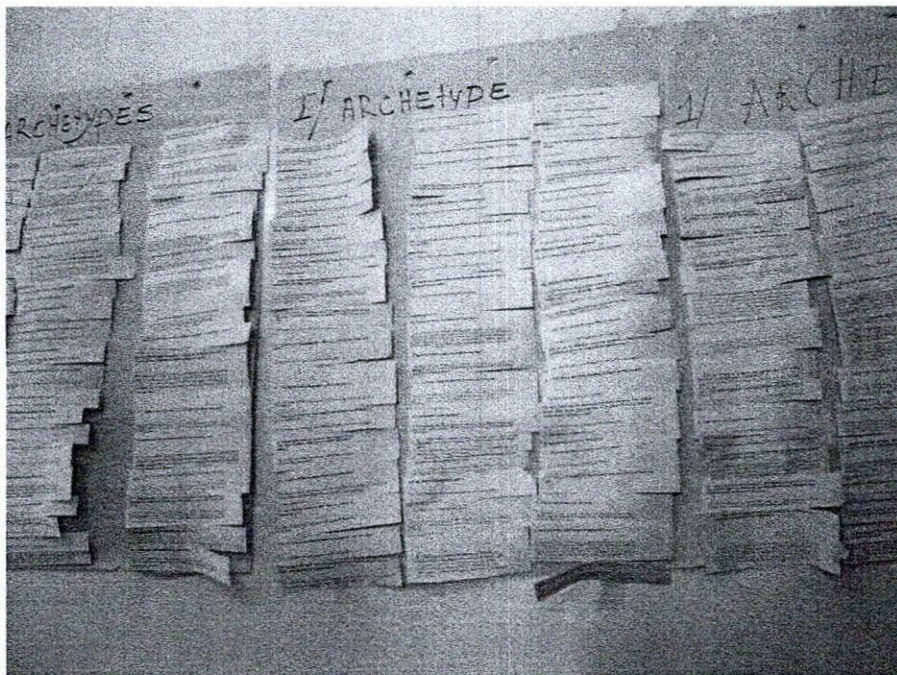
Les résultats de la revue documentaire et des entretiens avec les acteurs des différents programmes sur l'assainissement et l'hygiène ont permis de donner une orientation à l'étude et de repérer les villages cibles. Ce travail préalable a facilité aussi la compréhension du contexte dans lequel ces différents programmes ont été élaborés et mis en œuvre, les approches utilisées, les acquis et les contraintes découlant de leur mise en œuvre.

Cependant tous les acteurs rencontrés s'accordent à dire que la stratégie mise en œuvre jusqu'à présent n'a pas permis d'atteindre les objectifs visés. A cet effet ils manifestent leur intérêt pour cette présente étude qui s'inscrit dans les réflexions pour une meilleure approche de l'assainissement rural au Sénégal.

Pour les perspectives dans le domaine du marketing de l'assainissement, les acteurs ont souligné qu'il faut des préalables notamment la disponibilité de tous les éléments de la chaîne de valeur notamment les prestataires de services, les boutiques d'approvisionnement en matériaux de construction, ce qui permet d'avoir une vision globale des problèmes d'assainissement en milieu rural.

Archétype

L'archétype vise à décrire les circonstances de vie; les craintes, les aspirations et autres caractéristiques démographiques, économiques et sociales susceptibles d'expliquer les choix de la cible, ses opinions, ses connaissances, ses attitudes et pratiques. Il porte sur les déclarations qui renseignent sur les caractéristiques socio-démographiques, les conditions et les circonstances de vie de la cible ainsi que sur ses habitudes, valeurs, aspirations, besoins, soucis et craintes.



Niokhor Diatta chef de ménage disposant de latrine traditionnelle

Niokhor Diatta est un homme âgé de 45 ans, polygame et vivant dans une famille élargie composée de plus de dix personnes, ils habitent tous dans une même concession comportant plusieurs pièces (11 au total).

Son activité principale est l'agriculture et il consacre l'essentiel de son temps dans ses travaux agropastoraux. En saison des pluies, il passe ses journées dans les champs où il se rend le matin après la prière de l'aube pour ne revenir qu'à l'heure du déjeuner et y retourne le soir à partir de 15 h jusqu'à 18 heures.

Ses moments de loisir sont rares, son temps libre, il le passe à discuter avec ses enfants ou à échanger sous l'arbre à palabre avec ses amis.

Niokhor est un homme ouvert, il a l'habitude de se concerter avec les membres de sa famille (enfants, mère et épouses etc.) et ses amis avant de prendre une décision importante y compris dans le domaine de la santé et de l'assainissement, notamment dans l'acquisition et l'utilisation des latrines. Après chaque hivernage, il mobilise tous ses enfants dans la réparation et la réfection de son habitat qui est construit avec des matériaux précaires.

Il est pauvre et est préoccupé par la dépense quotidienne car ses revenus sont faibles et aléatoires et il n'a pas accès au crédit dans des structures financières.

Souvent, Niokhor a recours au prêt chez un ami, un parent proche ou chez le boutiquier ou à travers les tontines comme c'est souvent le cas dans son village, en cas de besoin, rare sont ceux qui ont eu à bénéficier de prêt auprès des mutuelles d'épargne et de crédit ou micro finance.

« ...ici, c'est difficile. Je peux dire qu'il n'existe pas ici de structures ou des personnes qui peuvent me prêter de l'argent. J'en prends pour preuve l'autre jour ma femme était tombée malade, je n'avais pas de l'argent pour l'amener à l'hôpital. J'ai demandé à beaucoup de gens mais je n'ai pas pu trouver. Donc, j'étais obligé de l'amener au dispensaire, l'infirmier l'a soignée mais en échange je devais lui donner de l'arachide le lendemain de la consultation. »

Les craintes exprimées par Niokhor Diatta, malgré sa foi en Dieu tournent souvent autour de l'avenir de sa famille et de la prise en charge de ses enfants.

Il est fortement attaché à sa famille dont il se soucie beaucoup de la réussite car, il fonde beaucoup d'espoir sur ses enfants qui doivent prendre la relève pour améliorer sa situation. Il a peur de ne pas pouvoir subvenir aux besoins de sa famille.

« Mes craintes pour demain, c'est de vivre dans la précarité c'est-à-dire le manque de moyens et de possibilité financière pour manger ou même se soigner. »

Niokhor aspire à améliorer ses conditions de vie en particulier son habitat qui est fait avec des matériaux précaires. De même il aspire à changer sa latrine traditionnelle pour avoir une latrine améliorée qui offre plus de confort et de sécurité pour lui et sa famille.

Il souhaite également disposer d'équipements plus modernes pour améliorer sa production agricole et augmenter ses revenus.

Dans son village marqué par la pauvreté rurale, Niokhor n'a pas de télévision et cette situation risque de perdurer à cause du manque d'électricité.

Dans ce contexte, la radio est la principale ouverture pour Niokhor qui a ainsi beaucoup d'opportunités qui lui sont offertes par les radios communautaires locales, en lui permettant, de temps en temps, d'écouter des émissions sur l'hygiène et l'assainissement.



Gnima Wone : Femme chef de ménage qui disposait de latrine traditionnelle et qui n'en dispose plus

Gnima Wone est âgée environ de 38 ans ; elle est veuve et vit avec ses enfants (3filles et 1 garçon qui étudie à Dakar). Gnima était restauratrice dans un bar-resto à Kolda mais depuis la fermeture du bar elle est revenue dans son village natal à Faraba où elle mène une activité agricole. Elle transforme l'arachide qu'elle propose ensuite sur le marché et les produits du maraîchage. Sa maison est composée de deux pièces et d'une cuisine faite en palissade (tiges de mil).

Gnima n'a aucun soutien familial pour faire face aux dépenses de sa progéniture. Elle a une charge de travail importante car étant impliquée dans la quasi-totalité des tâches domestiques; ainsi, elle se lève tôt pour préparer le petit déjeuner, balayer la maison avant de se laver et de faire la cuisine. Après la prière de l'après-midi, elle transforme les céréales avec son mortier pour le repas du soir. Comme les hommes, elle se rend aussi vers 16h aux champs pour s'occuper de son maraîchage. Elle s'occupe aussi du nettoyage et de l'entretien de la maison avec l'aide de ses enfants. Comme son habitat se dégrade pendant la saison des pluies, Gnima attend la fin de celle-ci pour entamer quelques réparations, avec ses enfants sans l'aide de personne. Elle va chercher de la paille dans la brousse avec ses enfants ensuite elle achète du bois pour réfectionner son habitat. Gnima n'a pas beaucoup de revenu et ne compte sur personne pour faire face à ses besoins pressants d'autant plus qu'elle n'a pas accès au crédit.

« C'est toujours moi qui fais tout, voyez-vous même avec l'hivernage ma toiture suinte j'ai commencé à acheter du bois pour pouvoir la réparer en attendant d'avoir les moyens de me procurer des zincs. Je ne peux compter que sur moi. »

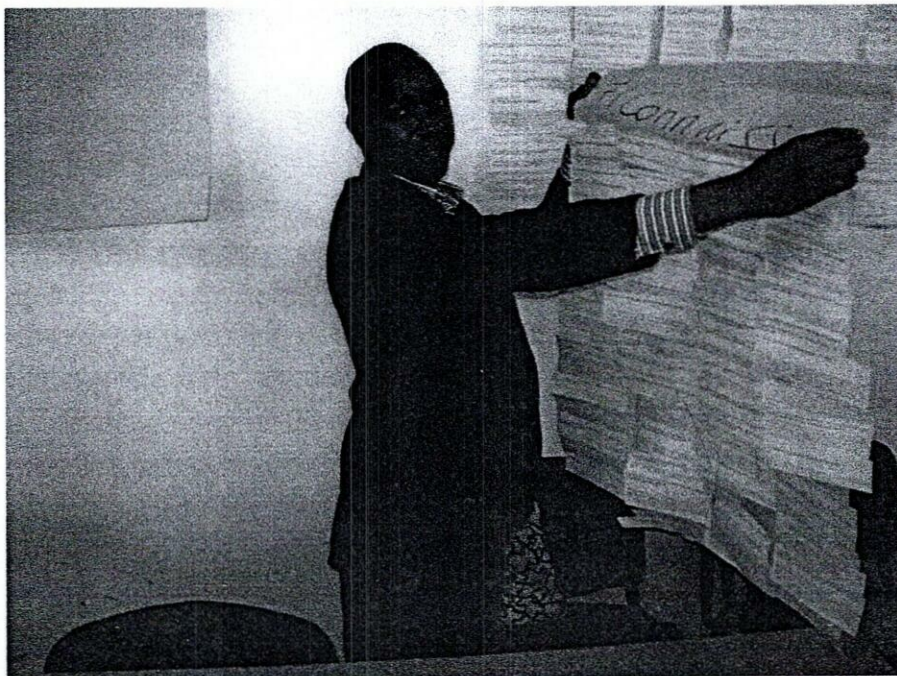
Elle aspire à améliorer sa condition actuelle et à assurer l'avenir de ses enfants sur qui elle compte beaucoup. Son vœu le plus ardent c'est d'avoir une longue vie afin de voir ses enfants grandir, réussir et prendre la relève.

Gnima ambitionne si elle en a les moyens de disposer d'une latrine améliorée, car elle est trop gênée d'utiliser à chaque fois la latrine des voisins. Sa latrine s'est affaissée pendant l'hivernage et elle n'a pas encore la possibilité de la refaire, faute de moyen.

« Ne pas disposer de latrine ce n'est pas bon, parce que aller toujours chez les voisins n'est pas commode, avec les résidents ce n'est pas grave mais quand on a un hôte ça devient gênant. »

Connaissance

Cette partie montre le niveau de connaissance et de compréhension du comportement désiré par la cible. Elle permet d'évaluer les connaissances des ménages en matière d'hygiène et de santé mais aussi de voir s'ils font le lien entre ces deux domaines. Il s'agissait aussi de voir si les ménages comprennent l'utilité d'une latrine et les avantages à en disposer.



Les chefs de ménages en milieu rural ont connu et bien compris l'intérêt et les avantages de disposer de latrines. De même ils semblent avoir bien compris les relations qui existent entre hygiène et santé. La

plupart d'entre eux pense que l'utilité des latrines réside dans le fait que quand on en dispose, on peut éviter plusieurs maladies liées au péril fécal comme le choléra, la diarrhée, la dysenterie etc.

« En utilisant la latrine, je pense que cela peut te protéger des maladies comme par exemple les 'pithie' c'est-à-dire les dermatoses, les démangeaisons, la gale et le choléra »

Les populations enquêtées sont aussi conscientes des risques encourus pendant l'hivernage avec la défécation à l'air libre.

« Tout ceci est dû à un manque de latrine et ce n'est pas bon car pendant l'hivernage, la pluie ou même le vent peuvent drainer toutes ces saletés dans les maisons ce qui peut provoquer des maladies. »

La connaissance sur l'utilité de la latrine est illustrée par les avantages et les bénéfices que celle-ci apporte aux ménages. C'est ainsi que la latrine a été appréhendée en rapport avec la proximité, la sécurité mais aussi le confort qu'elle procure aux ménages. Dans certains cas, ils trouvent un grand avantage dans la possession d'une latrine, dans la mesure où cela évite des déplacements risqués dans la nature, surtout pour les personnes âgées.

« Les latrines revêtent une importance capitale dans la famille. Cela nous permet d'être en sécurité car en sortant pour aller faire ses besoins dans la nature, tu cours beaucoup de risques avec les blessures et les morsures de serpents, tu gardes ton intimité parce que quand les gens te voit sortir avec ta bouilloire, ils savent que tu veux aller dans la nature et ceci est mal vu. »

En outre, la plupart des enquêtés connaissent les règles élémentaires d'hygiène à tenir dans les toilettes et dans la maison. Les populations savent que la latrine favorise une bonne hygiène, dans la mesure où elles perçoivent concomitamment, l'importance des règles d'hygiène, comme: le lavage des mains, l'entretien des latrines et de la maison.

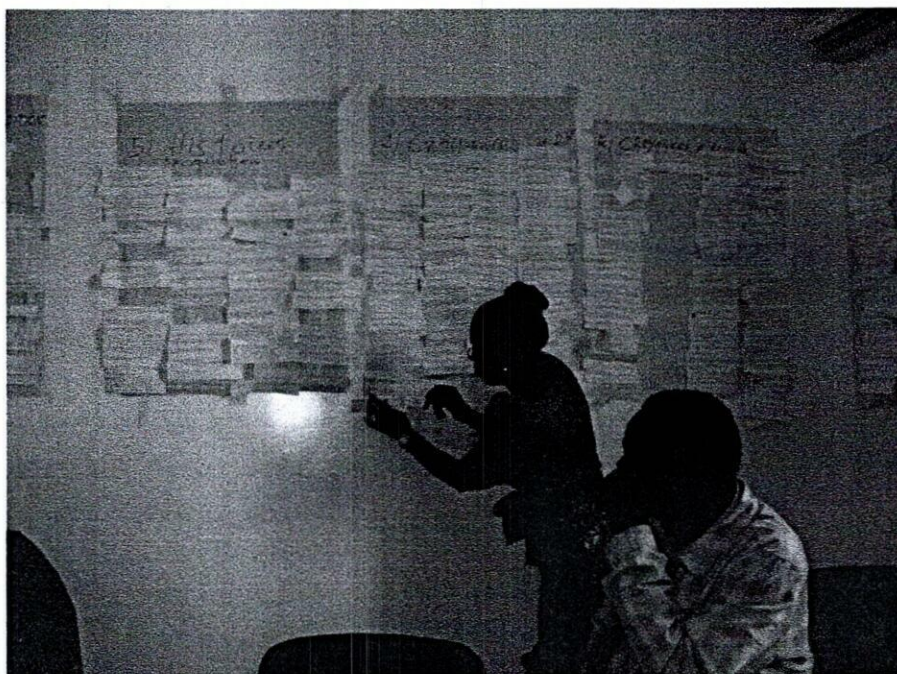
« Quand je sors des toilettes, je me lave les mains avec du savon s'il n'y a pas de savon je me lave avec de la cendre ».

Cependant, certains chefs de ménage déplorent la promiscuité avec les animaux domestiques, car ceci constitue une entrave à une hygiène convenable. Les animaux défèquent dans la cour des concessions, et les enfants sont en permanence en contact avec les excréments des animaux domestiques (ânes, chevaux, moutons, chèvres, vaches, etc.)

« Chaque semaine, on entretient la maison, cependant, nous sommes des propriétaires de bétail, cela peut ainsi perturber nos efforts. On ne peut pas être propre à 100%, mais on essaye de faire de notre mieux, malgré la présence permanente du troupeau. »

Croyances à renforcer

Les croyances à renforcer permettent de comprendre les opinions et valeurs de la cible relatives au comportement désiré, s'inscrivant dans l'orientation souhaitée par le projet pour atteindre les objectifs fixés. Ces croyances à renforcer portent notamment sur les déclarations indiquant les bénéfices du comportement désiré, les attitudes positives et motivations de la cible envers ce comportement. En d'autres termes, il s'agit des croyances jugées favorables et positives envers le comportement souhaité qui doivent donc être encouragées et renforcées.



Il ressort des entretiens que les chefs de ménage disposant de latrine, ont une vision assez négative de la défécation à l'air libre.

« Je pense que les personnes qui font leurs besoins naturels à l'air libre, ce n'est même pas correct. Toutes les maisons doivent disposer d'une latrine. »

Les interviewés croient que la latrine peut leur apporter beaucoup, c'est pourquoi ils estiment qu'elle est fondamentale, car elle leur assure protection contre les maladies et intimité.

Les chefs de ménage pensent qu'il y'a des normes ou même un certain code d'honneur que la latrine permet de préserver. De ce fait, quelques interviewés pensent que la défécation à l'air libre peut affecter les liens familiaux notamment entre les beaux-parents, car la DAL est mal perçue.

« Utiliser les latrines est plus pudique (sutura). Quelqu'un qui fait ses besoins dans la brousse peut un jour rencontrer un membre de sa belle-famille. Face à cette situation, il n'y a rien de plus déshonorant. Votre beau-père ou votre belle-mère vous trouvant accroupi dans la brousse, mieux vaut aller se transformer en poussière »

Ainsi, la latrine est associée par ceux qui en disposent, à un signe de civilité, de modernité et de respect. C'est quelque chose qui rend à la personne sa dignité. Plusieurs chefs de ménages rencontrés ont aussi considéré que la latrine est une pièce pleine de grâce dans la mesure où, elle leur évite la honte, surtout quand ils ont des hôtes de marque.

« Avant tout, la latrine nous rend notre dignité parce que quand on a des hôtes de marque, on ne se sentirait plus gêné, parce que nous pouvons leur donner un endroit où ils pourront se soulager au lieu de leur demander d'aller dans la brousse. Cela est également un grand avantage pour les personnes âgées. C'était vraiment insupportable de voir ma vieille maman se déplaçant difficilement pour aller dans la brousse, rien que pour faire ses besoins naturels ».

Même ceux qui ne disposent pas de latrine montrent à travers leurs propos leur désarroi devant une telle pratique.

« Si nous disposions de latrine, c'est sûr que cela changerait nos habitudes dans la mesure où cela ne plaît à personne d'aller faire ses besoins naturels en brousse ou chez le voisin »

En plus, les personnes interrogées croient que la propreté de la maison incite les chefs de ménage à vouloir acquérir une latrine ; car celle-ci contribue à la propreté et comporte une certaine valeur ajoutée pour leur habitat.

« Je perçois l'hygiène comme une pratique valorisante d'un point de vue social notamment l'hygiène du milieu de vie (balayage, lavage des mains...) Le respect de l'hygiène constitue pour moi une motivation à l'acquisition de latrines. »

Cette bonne perception des mesures d'hygiène est aussi renforcée par l'attitude négative qu'ils ont des personnes qui font leur besoin à l'air libre.

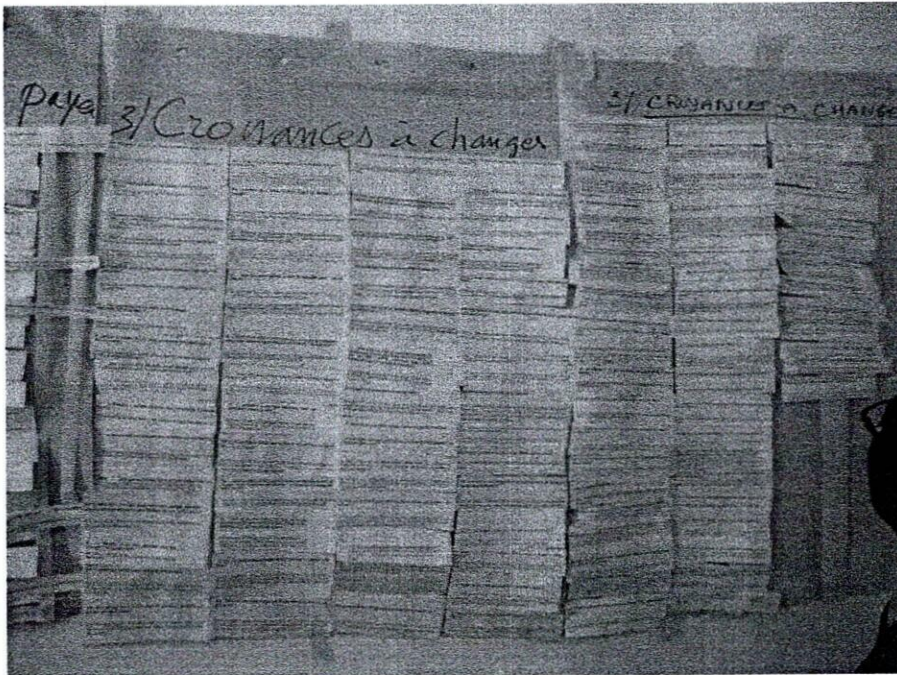
« Les personnes qui n'ont pas de latrine n'ont pas conscience de ce qu'est une bonne santé, car je pense que celui qui construit une maison doit être en mesure de construire une latrine. J'ai creusé moi-même ma latrine et j'ai acheté le bois car je ne pouvais pas chercher le bois en brousse »

De même les maisons qui n'ont pas de latrine sont considérées pour beaucoup de personnes interrogées comme des maisons auxquelles il manque quelque chose ou des maisons incomplètes. La latrine contribue à la complétude de la maison.

« Je conseille à ces maisons qui n'en ont pas de trouver tous les moyens possibles pour en avoir, parce que sans cela c'est encore une maison incomplète ».

Croyances à changer

Les croyances à changer sont le pôle opposé ou l'antithèse des croyances à renforcer. En effet, les croyances à changer concernent les déclarations mentionnant des attitudes négatives et les obstacles au comportement désiré. Elles sont donc relatives aux perceptions, opinions et valeurs en matière d'utilisation de latrine et qui sont contraires à l'orientation des comportements souhaités par le programme.



En milieu rural, la plupart des personnes interrogées explique la défécation à l'air libre par le manque de moyen. Les personnes qui utilisent la nature comme moyen de défécation se considèrent comme pauvres. Mais cette perception développe chez elles une attitude attentiste et empêche les initiatives personnelles pour construire ou acquérir une latrine.

« Moi, ce sont les moyens qui me manquent. J'ai construit cette maison durant cette année, j'ai accéléré les travaux pour ne pas m'exposer aux pluies. Et ma priorité était d'abord d'avoir des locaux où s'abriter contre les intempéries ».

« Le principal obstacle qui empêche certaines personnes d'acquérir une latrine c'est le manque de moyen car la construction de latrine nécessite de gros moyens. »

Beaucoup de personnes enquêtées pensent aussi que le fait de déféquer à l'air libre est lié à un manque de choix. Si elles n'ont plus le choix leur seul recours c'est de déféquer à l'air libre, parce qu'aller chez le voisin n'est pas toujours quelque chose qui est bien vu.

« Je pense que la plupart des personnes qui n'ont pas de latrines ont honte d'aller chez le voisin, leur seul recours c'est de déféquer à l'air libre ».

La plupart des interviewés qui ne disposent pas de latrine, émet le désir d'en acquérir mais par l'intermédiaire des programmes ou des subventions/aide de l'Etat. Cette attitude inhibe les initiatives individuelles, car les observations de terrain montrent qu'en l'absence de programme ou subvention, certaines populations se tournent vers l'auto-construction de latrines traditionnelles.

Pour certains, la défécation à l'air libre était une pratique ancrée dans les traditions sociales, et cela est devenue par la suite une habitude routinière.

« Nous sommes venus au monde en trouvant cette situation de génération en génération, c'est une habitude ancrée chez certains surtout en l'absence de latrine ».

Chez ces personnes la défécation à l'air libre des enfants est même banalisée et nous remarquons une certaine catégorisation des individus dans l'utilisation de la latrine.

« Il y'a des personnes qui ont plus besoin de l'utilisation des latrines les enfants et les plus âgés, surtout les enfants. ».

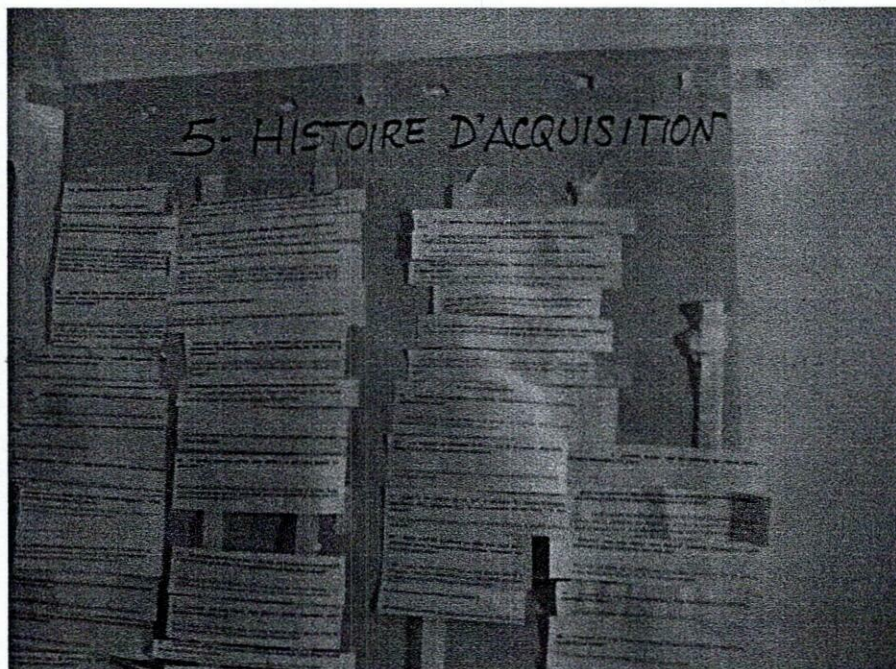
Le fait aussi que certains ménages ne disposent pas de chambre de qualité (bâtiment en dur) a été aussi évoqué dans certains cas comme une raison pouvant justifier le fait que certains ne font pas de l'acquisition de latrines une priorité en soi. En d'autres termes, pour certaines personnes n'ayant pas de latrine, cette dernière apparaît comme un luxe si on ne parvient pas à avoir des chambres de qualité très solides. Et ils trouvent paradoxal d'acquérir des latrines et ne pas disposer de belles chambres.

Il y'a chez dans certaines zones notamment le Sud des croyances culturelles qui favorisent la défécation à l'air libre, des pratiques que les populations adoptent pour perpétuer un certain legs.

« Certaines personnes âgées sont réticentes à utiliser une latrine car elles croient que le totem est déféqué par l'homme et si c'est dans une latrine, le totem meurt tandis que si c'est dans la nature, il survit. Le totem de l'homme doit être protégé car c'est son double et il le préserve de beaucoup de choses. »

Histoire d'acquisition

Les histoires d'acquisition décrivent les circonstances et le processus d'acquisition du produit ou service par la cible ou comment les personnes qui ne disposent pas de latrine adoptent des comportements alternatifs.



Dans les localités ATPC ou à intervention subventionnée, la plupart des personnes interrogées reconnaît que les matériaux locaux sont disponibles et ne sont pas chers, même si toutefois la qualité fait défaut. Cependant les populations déplorent l'inaccessibilité des matériaux modernes car les localités où elles peuvent les trouver (souvent la ville la plus proche) sont assez éloignées des villages et les moyens de transports sont quelque fois introuvables.

« Je suis chef de famille et j'ai construit moi-même ma latrine. Les matériaux locaux, ne sont pas très chers et sont disponibles ce qui n'est pas le cas des matériaux modernes, inaccessibles dans la localité et que je trouve chers ».

« Non les matériaux de construction ne sont pas disponibles, il faut aller en ville pour les avoir ».

Dans ces localités où il y a une intervention, la majorité des villageois ont eu à acquérir leurs latrines grâce aux activités initiées par les programmes. Ainsi, certains ménages ont eu à acquérir leurs latrines grâce au programme qui leur demandait une contribution en espèce ou en nature.

« Nous avons donné un apport de 9 000 FCFA et puis nous avons creusé un trou d'1m 80 de profondeur pour 1 mètre de diamètre. Ensuite nous avons emmené le sable et les cailloux et le projet nous a offert du ciment et du fer ».

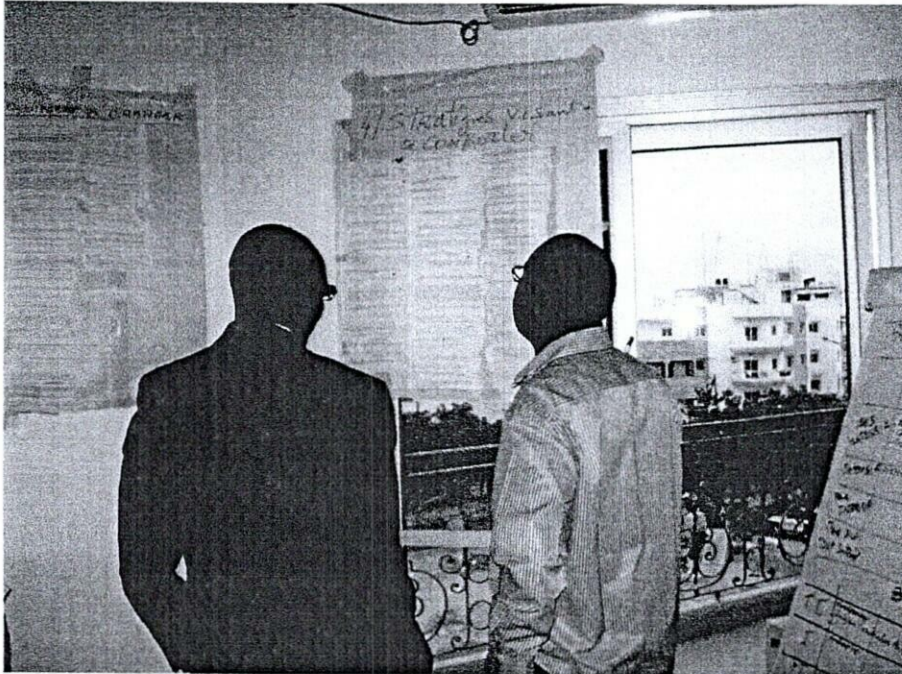
Les agents qui sont chargés de la construction des latrines sont pour la plupart les puisatiers, les maçons ou quelques fois les familles elles-mêmes. Dans le processus d'acquisition d'une latrine tout dépend de la capacité financière du ménage pour recourir aux services d'un ouvrier (maçon ou puisatier) ou de la mobilisation de bras valides.

« Nous savons que la latrine est utile, c'est pour cela que nous l'avons construite. Notre latrine, nous l'avons creusé nous-mêmes et on l'a aussi construit par nos propres moyens. Mon mari a payé quelqu'un afin qu'il creuse le trou mais en ce qui concerne la construction, c'est lui-même qui l'a réalisé ».



Stratégies visant à se comporter

Les stratégies visant à se comporter sont relatives aux approches que la cible utilise pour surmonter les obstacles au comportement désiré sur la base de trois éléments clés : l'intention pour se comporter, l'existence d'un obstacle et une action pour surmonter l'obstacle.



Les personnes interrogées sont conscientes des bénéfices que peuvent apporter les latrines, elles estiment que la latrine leur permet d'être autonome afin de ne pas dépendre du voisin, en plus elle présente beaucoup d'avantages. Certains interviewés affirment que la présence d'une personne vulnérable ou âgée est un facteur incitatif qui les pousse à déployer des efforts pour acquérir une latrine.

« Le fait que je voyais ma mère aller déféquer en brousse c'est cela qui m'a poussé à acquérir une latrine chez moi. Le fait que ma mère se déplaçait en brousse me gênait beaucoup, j'ai creusé et trouvé de l'aide pour faire ma propre latrine ».

L'absence de latrine ou sa non fonctionnalité est contournée de diverses manières par les populations ; en effet soit elles évitent d'aller dans la nature en se rabattant sur celle des voisins ou elles optent pour la création de latrine provisoire.

« Si ma latrine n'est plus fonctionnelle, j'en creuserais une autre aussitôt pour que ma famille ne retourne pas dans la brousse. Si j'ai une latrine améliorée, ce serait mieux. Mais dis-toi que toute cette partie de la maison, je la réserve pour creuser en cas de besoin d'autres latrines »

De même, certains interviewés estiment qu'avec la sensibilisation, on peut amener les populations à adopter les comportements idoines, ainsi on peut utiliser cela comme moyen ou stratégie pour contourner les obstacles à l'acquisition et à l'utilisation des latrines.

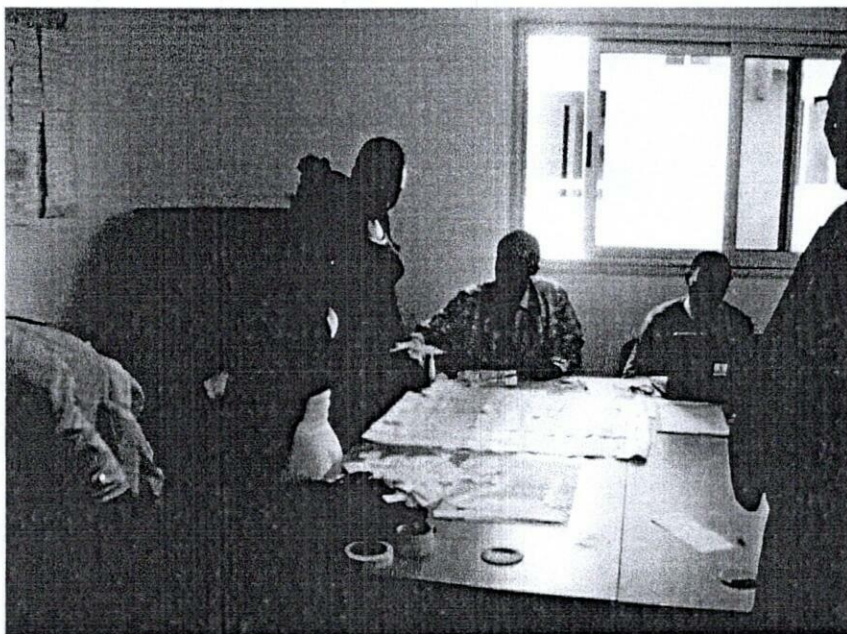
« Les stratégies à adopter pour que les personnes qui font leur besoin dans la nature utilisent les latrines sont multiples. Il faut sensibiliser les gens à arrêter cette pratique et les informer de l'utilité d'en acquérir.»

D'autres interviewés, avancent que face à la cherté des matériaux de construction des latrines, l'absence de structures financières capables de leur prêter de l'argent et le manque de bras dans certains ménages, seule la solidarité familiale peut les aider à surmonter ces contraintes.

« C'est moi qui ai creusé la latrine et mon grand frère qui est un maçon m'a aidé en faisant la finition de la latrine en construisant aussi l'abri et en installant la dalle ».

Ouverture

Le code sur l'ouverture a permis d'évaluer les possibilités et les habitudes des ménages pour accéder à l'information en matière d'hygiène et de santé. L'objectif ici est de savoir quand et où on peut exposer la cible aux messages mais aussi d'identifier les canaux les plus suivis par la cible.



Il apparait qu'en milieu rural, la plupart des ménages n'ont pas de télévision et cette situation est accentuée par la non électrification de certains villages.

« Je ne regarde pas la télévision sauf quand je vais à Kolda, ce qui est très rare car il n'y en a pas dans le village ».

Dans ce contexte de pauvreté rurale, la radio est la principale ouverture pour ces populations dans le domaine de l'information. L'accès à la radio est généralisé dans ces localités grâce aux radios communautaires locales.

La plupart du temps, ils captent, pour ce qui est de la radio, les fréquences locales. Pour les quelques ménages qui ont accès à la télévision, les chaînes de télévision les plus suivies sont les chaînes nationales comme la RTS et la SN2S.

« Je n'ai pas de télévision. Pour suivre la télé, il faut aller à Kolda. Donc je reste plus d'un mois sans suivre la télévision. Ce que je regarde le plus à la RTS qui est la chaîne disponible ici, ce sont les films, les théâtres, les matchs de football et les informations ».

Ainsi, les radios communautaires et nationales (RTS, Sud FM, Dunya, etc.) sont le principal moyen d'information des populations sur l'hygiène et l'assainissement.

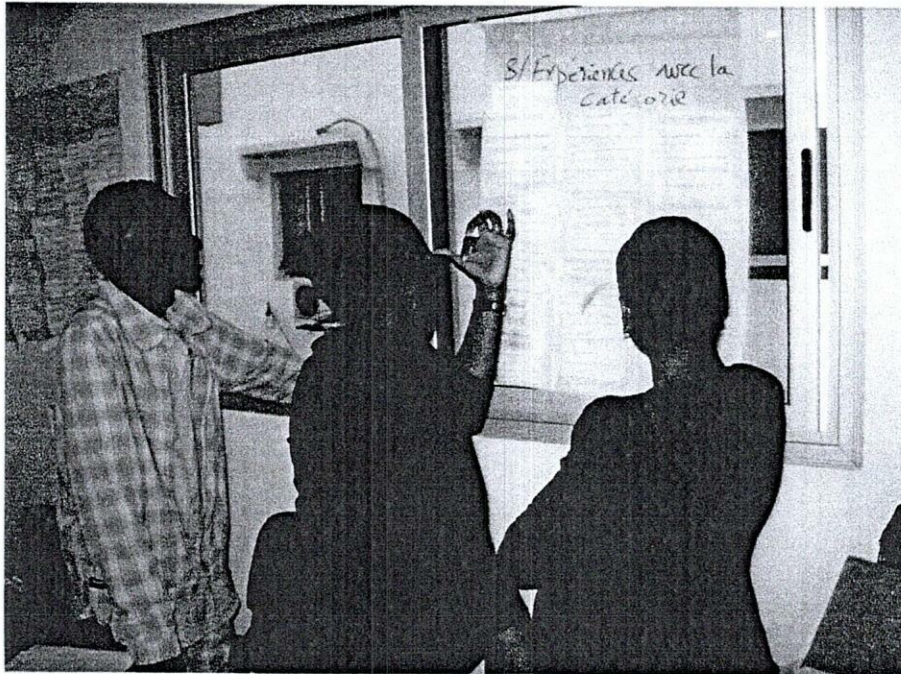
« J'ai eu l'information sur le programme des latrines à travers la radio et grâce aux relais du village, et j'ai compris qu'il fallait donner comme acompte 8500 f Cfa. J'ai apporté ce montant et on m'a demandé de photocopier ma carte d'identité et puis j'ai été inscrit. On m'avait dit qu'on allait me rembourser les 8500 FCA, mais jusqu'ici tel n'est pas le cas, malgré qu'on ait eu à satisfaire à toutes les conditionnalités ».

En matière de soins, les villageois privilégient les structures sanitaires modernes, même si on note parallèlement une large survivance du recours aux soins traditionnels. Beaucoup d'enquêtés ont ainsi soutenu recourir aussi aux structures de santé pour avoir des informations sur l'hygiène.

« Le plus souvent je me rends d'abord au dispensaire non loin d'ici (Kayel ou Mbacké), mais il arrive qu'en cas de certaines maladies comme l'abcès ou le panaris j'aie vu les tradithérapeutes. »

Expérience avec la catégorie

L'expérience avec la catégorie permet de mettre en exergue les expériences passées de la cible avec le comportement désiré mais aussi les substitutions ou alternatives pour le comportement souhaité.

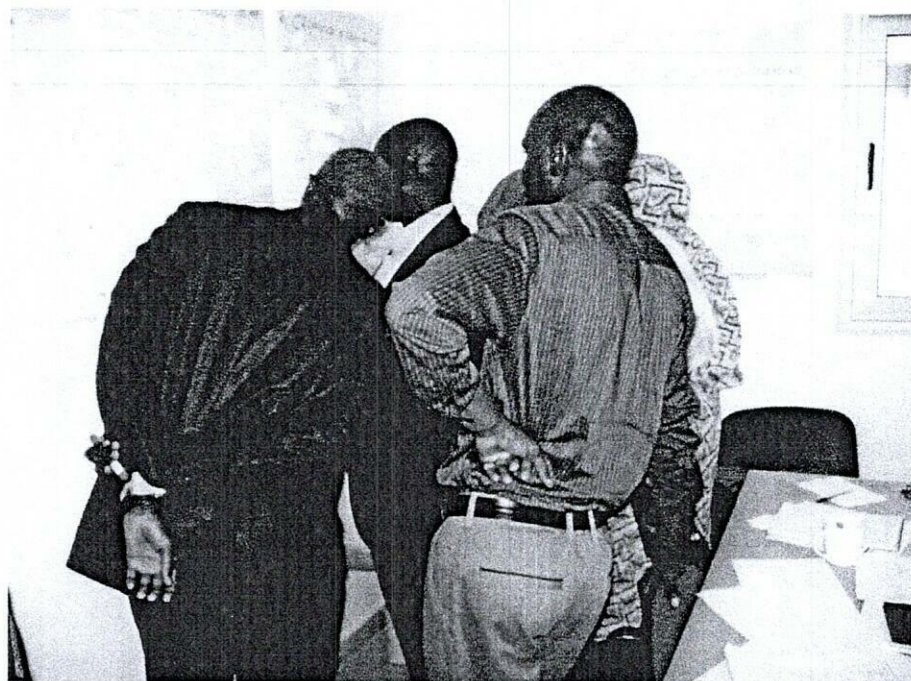


L'analyse nous montre que l'utilisation de la latrine est une habitude bien ancrée au niveau des populations malgré la subsistance dans certains milieux de la DAL. Toutefois des expériences négatives sont fréquentes dans l'utilisation des latrines (accidents, fissures, inondations, affaissement, etc.). Le défaut d'entretien est ressorti dans l'expérience avec la catégorie comme étant aussi une source de démotivation.

« Quand j'avais ma latrine, j'avais des difficultés à monter dessus avec ma maladie car c'était un peu en hauteur et quand je m'accroupissais je n'arrivais pas à me lever facilement il me fallait un bâton pour me relever ».

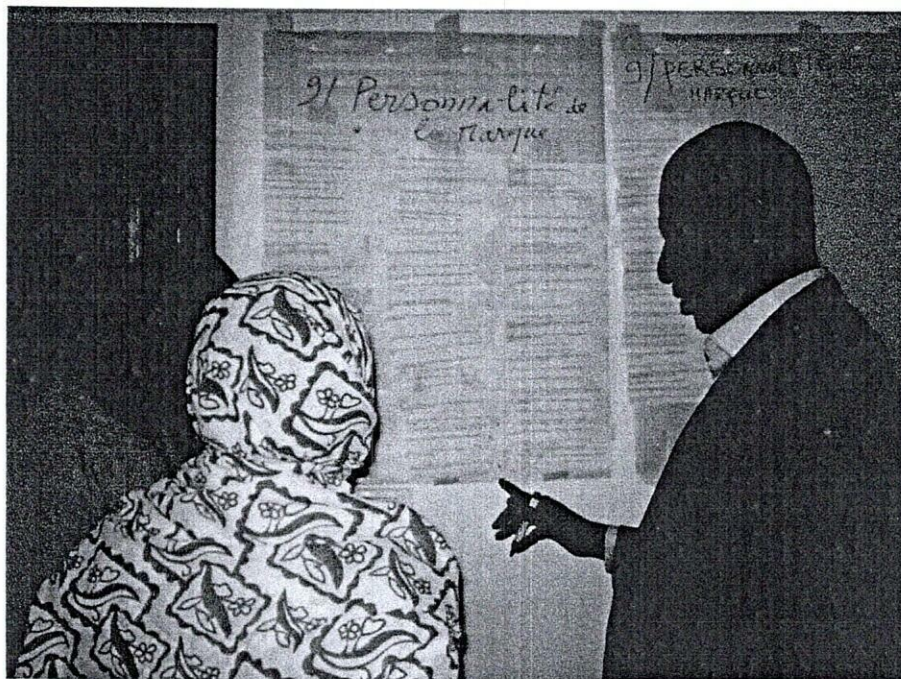
En outre, la quasi-totalité des enquêtés affirme avoir vécu une grande expérience avec les latrines qu'elle juge très utile. A cet effet, les problèmes liés à l'utilisation d'une latrine sont très négligeables car la plupart d'entre eux affirme n'avoir aucune contrainte liée à son utilisation. Le seul problème relève de la peur de voir les latrines auto-construites s'effondrer car ces dernières sont faites généralement avec du bois ou des matériaux locaux.

« Je pense que la structure de la fosse est mal faite, on devrait voir comment dissocier la fosse d'avec le trou, pour éviter des accidents. Je voulais le refaire en personne, mais le relais m'en avait dissuadé, en me disant que pour le moment il faut se contenter de cette structure ».



Personnalité de la marque

Avec la personnalité de la marque, il s'agissait de saisir les sentiments mais aussi les idées ou attitudes des personnes interrogées envers la marque ou le comportement désiré.



Aussi bien chez les interviewés disposant de latrine améliorée que chez ceux disposant de latrines traditionnelles, tous aspirent à avoir une latrine avec le confort qui y sied.

« Le type de latrine que je préfère est celle d'une latrine moderne, c'est-à-dire qu'elle doit comporter toutes les commodités essentielles pour une meilleure utilisation. Pour ce faire, elle devra être construite avec les matériaux et accessoires adéquats parmi lesquels le ciment, les carreaux, la chaise (anglaise, Turque), la fosse (directe ou sceptique) figurent en première place ».

Par ailleurs, les populations exigent des programmes des latrines modernes et durables s'inspirant des modèles existant en ville.

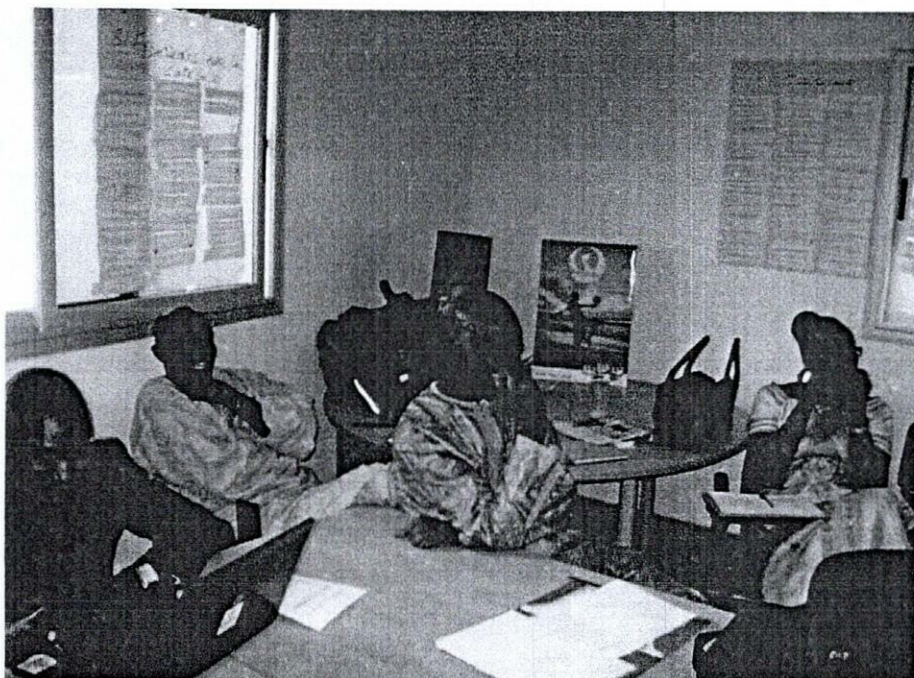
« Une bonne latrine doit avant tout avoir un abri, c'est-à-dire disposer d'un toit et d'une dalle solide capables de résister à toutes les intempéries. S'il le faut, une fosse septique est préférable car, permettant d'éviter la chaleur et les odeurs émanant de l'intérieur. Les latrines à double fosse sont parfois meilleures et permettent d'éviter la corvée que représente le creusage périodique d'autres fosses pour vider celles qui sont pleines ».

En quelque sorte, les personnes interrogées considèrent qu'une latrine adéquate doit répondre aux critères suivants : elle doit être quelque chose qui doit leur apporter un plus en termes de sécurité ; de discrétion ; de paix ; de confort et enfin de proximité géographique. C'est pourquoi, certains l'ont assimilé à une chambre à coucher du fait de l'intimité, ou une cuisine pour tenir compte de sa fréquence d'utilisation dans un foyer. Les latrines construites avec l'appui des programmes/projets sont le plus souvent celles qui répondent le mieux à ce modèle.

Les entretiens effectués révèlent ainsi que les villageois préfèrent les latrines modernes car disent-ils leurs latrines sont de type traditionnel et se remplissent très vite. Aussi, désirent-ils des latrines qui sont côte à côte de la salle de bain qui exprime plus la modernité à laquelle ils aspirent.

La majorité des enquêtés a des préférences pour les latrines améliorées qui renvoient à la modernité, et à l'urbain.

« Le modèle de latrine que je veux, c'est une latrine qui a des fosses avec des accessoires et une chaise anglaise. »



Volonté à payer

Avec ce code il s'agissait de voir la disposition des personnes interrogées à payer pour l'acquisition de latrine et quelle somme elles sont prêtes à dépenser pour en disposer.



Le coût d'achat de la latrine est apprécié différemment : d'aucuns le considèrent comme cher et d'autres comme raisonnable.

« Ma latrine m'a coûté 75 000 FCFA et je pense que ce prix est raisonnable pour une latrine moderne ».

« J'ai dépensé environ 50.000 FCA pour ma latrine, c'est raisonnable pour moi vu l'utilité ».



MOTS CLES

Après le classement des déclarations dans les dix codes du FoQus Segmentation, qui a été la première étape de la phase d'interprétation réalisée par les groupes de travaux constitués, les participants ont passé à l'étape suivante, celle des collages et de la relecture croisée. Cette seconde étape a permis de trouver un consensus (s'entendre) sur les positions des différentes déclarations enregistrées. Chaque groupe a par la suite identifié les mots clés (idée principale) contenus dans chacune des déclarations. Trente et un mots clés ont été retenus :

1. Abri
2. Absence de choix
3. Apport financier
4. auto-construction
5. Autonomie
6. Catégorisation dans l'utilisation des latrines
7. Chaise anglaise
8. Chambre
9. DAL (Défécation à l'air libre)
10. Démotivation

11. Emissions radio
12. Expériences négatives (Accidents, Inondations)
13. Expertise locale
14. Habitude bien ancrée
15. Honte
16. Hygiène
17. Implication de la Famille
18. Inaccessibilité financière
19. Latrine améliorée
20. Maladie
21. Manque de moyens
22. Matériaux améliorés
23. Matériaux chers
24. Matériaux locaux
25. Non –implication des membres de la famille
26. Partage de latrines
27. Personnel de santé
28. Programme
29. Reconstruction/Réfection
30. Sensibilisation communautaire
31. Utilité des latrines

SEGMENTATION

Après le classement des déclarations dans les dix codes et la création des mots clés, les participants à l'atelier d'interprétation, ont procédé ensuite à l'identification des déterminants, c'est ainsi que les 8 déterminants suivants ont été choisis:

1. Attrait de la Marque
2. Attribut du Produit
3. Disponibilité
4. Normes Sociales
5. Résultats Attendus
6. Qualité de Services
7. Soutien Social
8. Volonté à Payer

Pour une intervention efficiente et efficace d'ADEMAS, les participants à l'atelier d'interprétation ont retenu 4 déterminants les plus importants parmi les 8 qui ont été identifiés en tenant compte de la spécificité de la cible et du milieu dans lequel évoluent les acteurs.

Ainsi en partant du tableau de Fréquence et d'Intensité (Voir Graphique 1), les participants ont identifié les déterminants considérés comme importants compte tenu de leur intensité et de leur fréquence dans les entretiens.

Certes l'équipe de Marketing d'ADEMAS a la charge d'identifier les déterminants les plus importants sur lesquels elle va mener ses activités incessamment, mais les participants à l'atelier d'interprétation ont pensé qu'il serait important qu'ADEMAS concentre ses actions sur le soutien social, les normes sociales, la disponibilité des produits, et les attributs de la marque, si elle veut amener les populations vivant en milieu rural à utiliser les ouvrages d'assainissement améliorés et à délaisser la défécation à l'air libre.

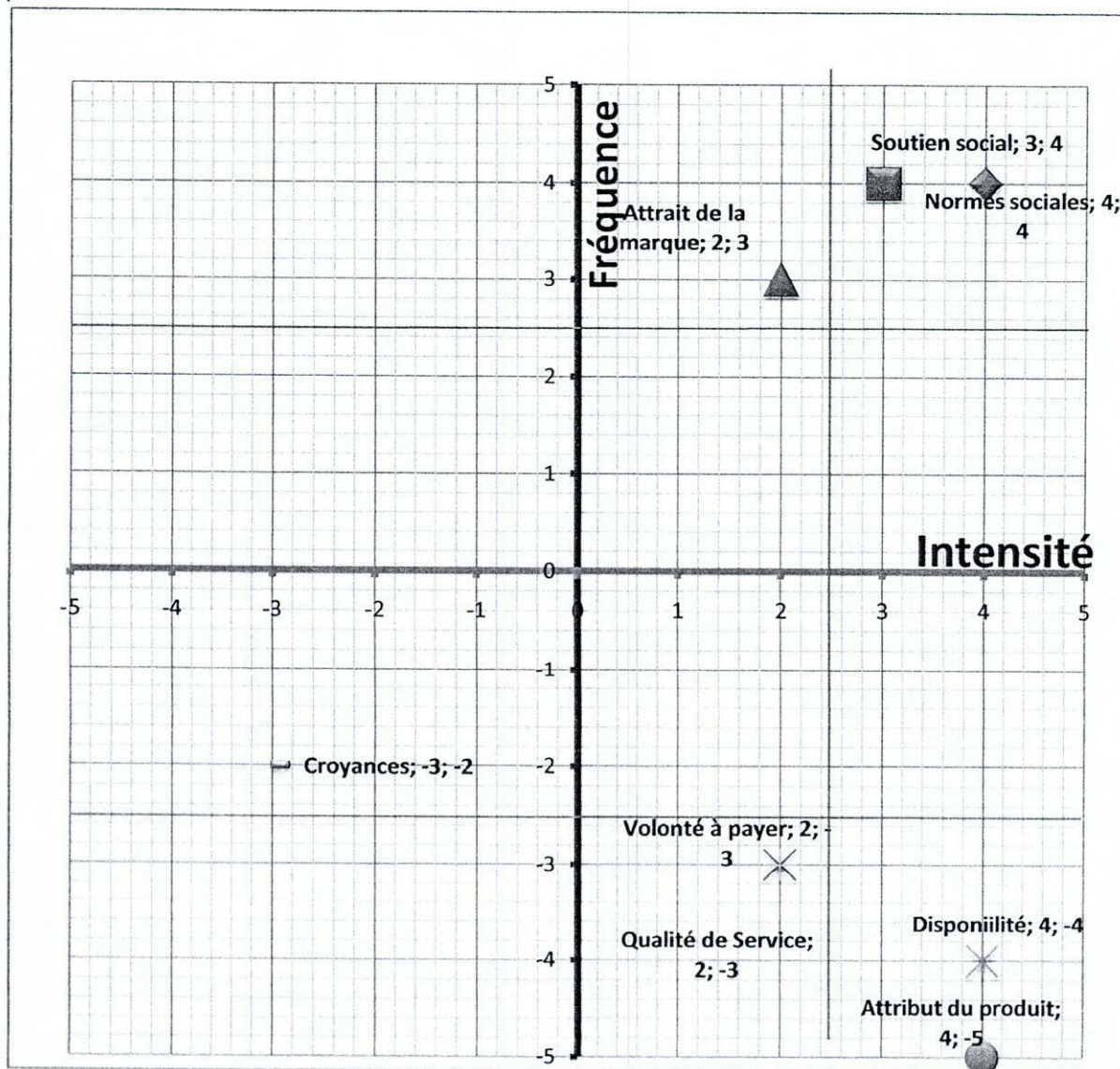
Le **tableau** ci-dessous montre les quatre déterminants qui ont été retenus.

Tableau 2: Tableau de Fréquence et d'intensité

THEMES	AVANTAGES/ BARRIERES	INTENSITE	FREQUENCE	DECISION
ATTRAIT DE LA MARQUE	A	2	3	
ATTRIBUT DU PRODUIT	B	4	-5	Retenu
DISPONIBILITE	B	4	-4	Retenu
NORMES SOCIALES	A	4	4	Retenu
QUALITE DU SERVICE	A	2	-3	
VOLONTE A PAYER	B	2	-3	
CROYANCES	A	-3	-2	
SOUTIEN SOCIAL	A	3	4	Retenu

Figure 1 :

TABLEAU DE FREQUENCE INTENSITE DES DETERMINANTS



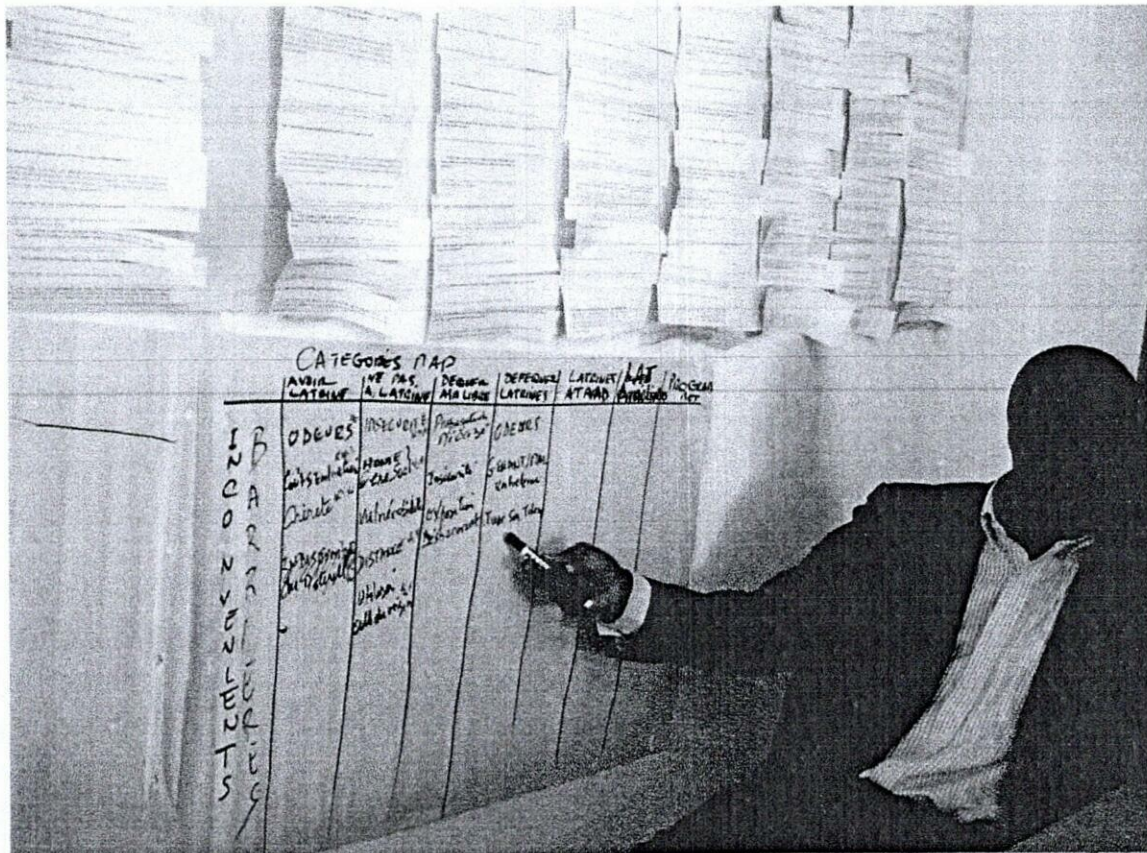
IV- RECOMMANDATIONS

Les participants à l'atelier d'interprétation ont recommandé dans le cadre du Marketing de l'assainissement, qu'ADEMAS doit mener les actions suivantes, pour amener les chefs de ménage vivant en milieu rural à acquérir et à utiliser les ouvrages d'assainissement améliorés :

- 1. Développer les attributs du produit, afin de les rendre beaucoup plus attrayants au niveau des populations rurales, car ces dernières ont évoqué un certain nombre de critères relatifs à l'adaptabilité ; au confort ; à la sécurité ; à la protection et à la durabilité du produit comme pouvant être des facteurs favorables à l'acquisition et à l'utilisation des latrines améliorées. En effet les populations rurales sont prêtes à mettre le prix requis si elles arrivent à obtenir un produit « fini » c'est à dire avec tous les accessoires nécessaires.*
- 2. Intégrer la dimension sociale, notamment le soutien Social, car la plupart des interviewés qui n'a pas adhéré aux programmes avance le manque de moyen pendant le lancement des programmes, parce que souvent c'est une période qui correspond avec le début de l'hivernage durant lequel les populations sont confrontées au manque d'argent et à la préparation de la campagne ; par contre certains ont pu en bénéficier grâce à l'entre-aide et au soutien social. L'absence de structures financières est aussi une entrave à l'accès aux ouvrages d'assainissement améliorés. Si ADEMAS peut organiser des réseaux de solidarité ou mettre en place un partenariat avec des structures financières comme les mutuelles ou les microcrédits à base communautaire cela contribuerait au relèvement du taux d'accès aux latrines améliorées en milieu rural.*
- 3. S'appuyer sur les normes sociales, pour encourager les populations à recourir aux ouvrages d'assainissement améliorés, dans la mesure où elles évoquent la gêne, la honte ou le sentiment de déshonneur lorsqu'elles reçoivent des hôtes chez elles. Le prestige social, la valorisation de soi et la perception d'autrui dans le partage des latrines sont des facteurs qui peuvent inciter ou motiver les populations à adopter le comportement désiré.*
- 4. Disponibilité ; la rareté et le coût élevé des matériaux de qualité devant entrer dans la construction des latrines améliorées constitue un obstacle majeur entravant leur acquisition et utilisation. La disponibilité et l'accessibilité financière et géographique des matériaux de qualité aideraient les populations à s'adonner davantage à l'auto-construction qui est une initiative pertinente en l'absence de programme.*

Tableau 3 : CATEGORY MAP

Les catégories ont permis d'identifier les opinions des interviewés sur l'utilisation ou non d'ouvrages d'assainissement améliorés et ce qu'ils pensent de chaque type de latrine en termes d'avantages et d'inconvénients							
	Acquisition	Non Acquisition	Latrine traditionnelle	Latrine Améliorée	Latrine des programmes	DAL	Déféquer dans une latrine
Avantages	Très intense	Sécurité- confort Dignité Intimité	Coût Faible Intimité	Intimité Durabilité Confort	Subvention Relèvement du niveau de vie Génération de revenu Création d'emploi	Aisance Facilité	Intimité Hygiène
	intense		Facile à réaliser	Confort Hygiène	Disponibilité des produits	Aisance Aération	Hygiène Confort Sécurité
Barrières	Très Intense	Coût Acquisition	Non durable Impraticable Pendant l'hivernage	Cherté Indisponibilité des matériaux	Inhiber l'initiative personnelle	Insécurité Gène Exposition aux maladies	Génant Odeur
	Intense	Coût Acquisition	Impraticable Inconfort	Mauvais entretien Indisponibilité des produits		Propagation des microbes	Odeur Non adapté



CATEGORIES MAP

	AVANT LATERNE	NE PAS A LATERNE	DEFERENT AIL LIBRE	DEFERENT LATERNE	LATERNE ATAPAD	PAS ATAPAD	PAS ATAPAD
I N D I C E S	ODORES	INSECURITE	PROXIMITE	PROXIMITE	PROXIMITE	PROXIMITE	PROXIMITE
A	SECURITE	SECURITE	SECURITE	SECURITE	SECURITE	SECURITE	SECURITE
V	DIGNITE	DIGNITE	DIGNITE	DIGNITE	DIGNITE	DIGNITE	DIGNITE
A	CONFORT	CONFORT	CONFORT	CONFORT	CONFORT	CONFORT	CONFORT
N	ACCESSIBILITE	ACCESSIBILITE	ACCESSIBILITE	ACCESSIBILITE	ACCESSIBILITE	ACCESSIBILITE	ACCESSIBILITE
A	PROXIMITE	PROXIMITE	PROXIMITE	PROXIMITE	PROXIMITE	PROXIMITE	PROXIMITE
E	PRESTIGE	PRESTIGE	PRESTIGE	PRESTIGE	PRESTIGE	PRESTIGE	PRESTIGE
T	PROTECTION	PROTECTION	PROTECTION	PROTECTION	PROTECTION	PROTECTION	PROTECTION
N	INTIMITE	INTIMITE	INTIMITE	INTIMITE	INTIMITE	INTIMITE	INTIMITE
E	REPOSANT	REPOSANT	REPOSANT	REPOSANT	REPOSANT	REPOSANT	REPOSANT

CATEGORIES MAP.

	ACQUERIR UNE LATERNE	NE PAS ACQUERIR DE LATERNE	DEFERENT AIL LIBRE	DEFERENT LATERNE
A	SECURITE ***	SECURITE	Prevenir Tokm	CONFORT ***
V	DIGNITE ***	FACILITE	Facilite	INTIMITE ***
A	CONFORT **	AERATION	Aeration	Hygiene **
N	ACCESSIBILITE	AISANCE	AISANCE	SECURITE **
A	PROXIMITE **	PAS DE TROUS A VISER	PAS DE TROUS A VISER	SECURITE
E	PRESTIGE ***			
T	PROTECTION ***			
N	CONTRE LES MALADIES			
E	INTIMITE ***			
S	REPOSANT			

V- CONCLUSION

L'analyse des données a permis de comprendre que, malgré une bonne connaissance des conditions d'hygiène, de l'importance des latrines et de la relation entre hygiène et santé, leur acquisition et utilisation pose encore problème pour de nombreux ménages en milieu rural. Ces ménages, gagnés par la pauvreté ambiante concentrent leurs maigres ressources plus sur les questions alimentaires que sur des problèmes d'assainissement. Ces populations ont des difficultés à acquérir des latrines améliorées avec leurs propres moyens ; c'est ainsi qu'elles misent sur les programmes.

En outre, toute intervention devra prendre en compte pour s'offrir les chances de réussir, les préférences des populations mais aussi se baser sur un soutien social structuré avec une mise en avant du leadership communautaire. Par ailleurs, cette intervention devra être accompagnée par une stratégie de marketing qui mette en avant les normes et valeurs sociales mais aussi par un effort en vue de rendre les matériaux disponibles.

BIBLIOGRAPHIE

AFRICADIS, 2010, Etude formative sur l'accès aux services d'eau, d'assainissement et la promotion de l'hygiène dans les régions de Ziguinchor, Kolda et Sédhiou

Dr Bécaye Sidy Diop, 2012, Evaluation initiale de l'environnement favorable et de l'économie politique du secteur de l'assainissement et de l'hygiène en vue de mettre à l'échelle, pérenniser et répliquer un programme national d'assainissement rural

Direction de l'assainissement et Banque Africaine de Développement, 2013, Elaboration de document de politique et stratégie opérationnelle de l'assainissement rural au Sénégal

Partenariat Public-Privé pour le Lavage des Mains au Savon, (PPPLMS – Sénégal), 2008, Rapport de recensement des initiatives de promotion de l'assainissement et de l'hygiène,

PEPAM, 2013, Rapport de la 7ème revue annuelle sectorielle conjointe,

PEPAM, 2010, Rapport de la revue annuelle sectorielle conjointe,

Sanitation and Hygiene Series, 2004, Who Buys Latrines, Where and Why?,