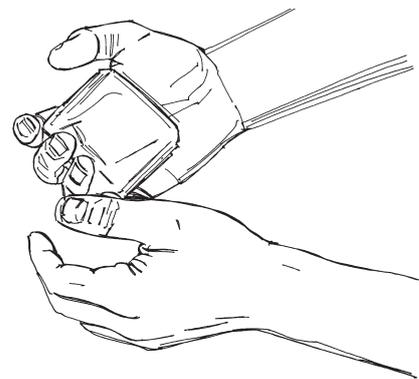




Promotion de l'hygiène en situation d'urgence

Les communautés touchées par une catastrophe manquent souvent de systèmes d'approvisionnement en eau et d'assainissement de base. Il est probable qu'elles soient traumatisées et vulnérables aux maladies. Une perturbation des pratiques habituelles ou un déplacement dans un nouvel environnement peuvent causer une détérioration des pratiques d'hygiène courantes. Ceci contribuera, à son tour, à une augmentation du risque de transmission des maladies et d'épidémies. Cette fiche technique explique en quoi la promotion de l'hygiène est importante lors des situations d'urgence et comment la mettre en place.



Empêcher la propagation des maladies

Une promotion de l'hygiène efficace est largement perçue comme étant l'un des outils les plus importants pour réduire l'impact des maladies diarrhéiques suite à une catastrophe. Malgré cela, la promotion de l'hygiène reçoit moins d'attention que les activités d'approvisionnement en eau et l'assainissement.

La promotion de l'hygiène est un terme générique utilisé pour désigner les différentes stratégies qui ont pour but d'améliorer les pratiques d'hygiène d'un groupe de personnes afin d'empêcher la propagation des maladies. Cette fiche est centrée sur les comportements liés à l'approvisionnement en eau et à l'assainissement.

En érigeant toute une série de barrières contre les infections, les pratiques d'hygiène ont une influence essentielle sur la transmission des maladies liées à l'eau et à l'assainissement comme expliqué dans la Figure 10.2.

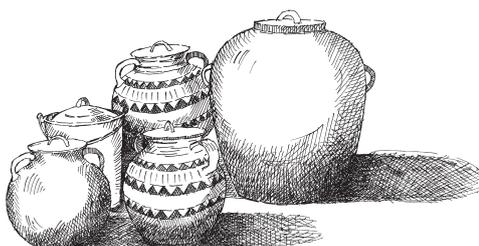


Figure 10.1. Jarres à eau avec couvercles

Les principaux comportements à cibler sont :



- La bonne utilisation et l'entretien des structures d'assainissement ;
- L'évacuation et l'élimination des excréments ;
- Le lavage des mains après la défécation et avant la préparation de la nourriture (voir Figure 10.3 sur la page suivante) ;
- L'utilisation et le stockage appropriés de l'eau potable (Figure 10.1) ; et
- Le contrôle vectoriel (mouches, moustiques et autres vecteurs de maladies).

Standards minimums

Le projet Sphère propose des standards minimums pour la promotion de l'hygiène en situation d'urgence, avec une priorité donnée sur la mobilisation et la participation de la communauté. Selon ces standards, toutes les structures et ressources mises en place doivent refléter les vulnérabilités, besoins et préférences de la population affectée et les usagers doivent être engagés dans la gestion et l'entretien des structures d'hygiène si cela est jugé approprié.

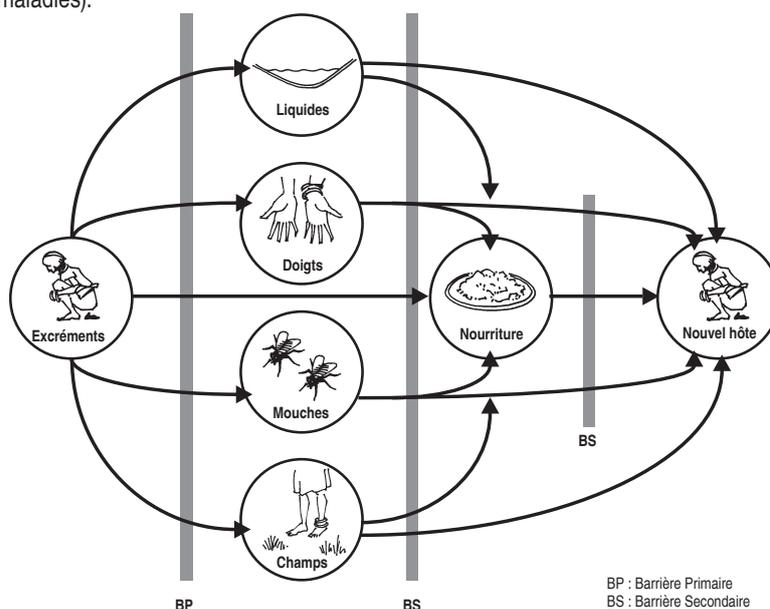


Figure 10.2. Barrières hygiéniques contre la transmission des maladies par le biais des excréments

Comment se laver les mains correctement

Il est important de se laver les mains avec du savon et de l'eau pendant au moins 20 secondes. Attention aux microbes qui se réfugient sous les ongles et dans la moindre plissure. Les flèches sur les illustrations ci-dessous indiquent la direction du mouvement des mains.

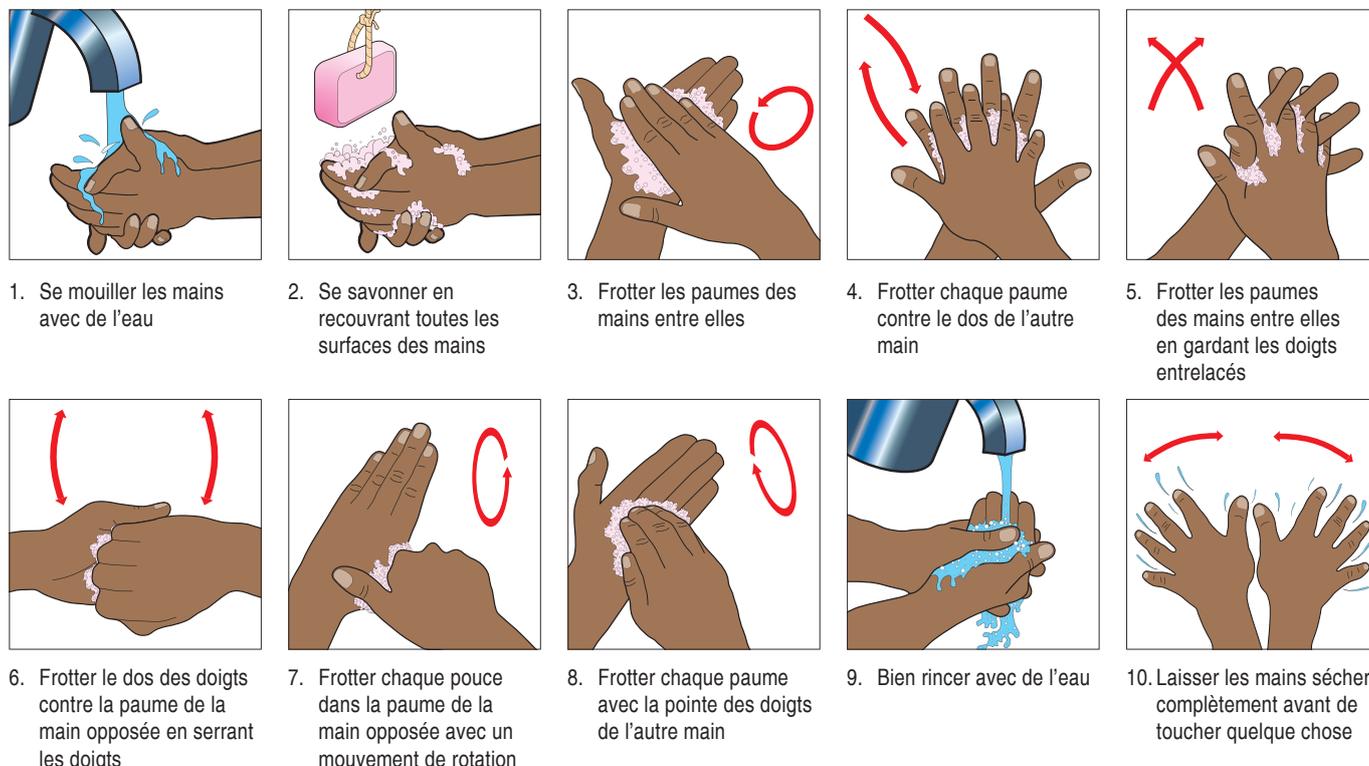


Figure 10.3. Comment se laver les mains correctement

Principes de la promotion de l'hygiène

- 1. Cibler un petit nombre de pratiques de réduction des risques.** Cibler tout d'abord les comportements qui auront le plus de chance de réduire directement la propagation des maladies. Ces pratiques comprendront probablement le lavage des mains avec du savon et l'évacuation et élimination des excréments.
- 2. Cibler un public spécifique.** Identifier les groupes de la communauté qui ont le plus d'influence sur les changements que vous souhaitez promouvoir et diriger la promotion des activités vers eux.
- 3. Identifier les motifs de changement de comportement.** Les personnes changent souvent leurs pratiques d'hygiène pour des raisons qui ne sont pas liées directement à la santé, tel qu'un désir d'être respectées par leurs voisins, ou par dignité.
- 4. Utiliser des messages d'hygiène positifs.** Les personnes apprennent mieux

et peuvent écouter plus longtemps si elles sont diverties et si elles peuvent rire. En effrayant les gens, ils arrêteront de vous écouter.

- 5. Identifier la meilleure façon de communiquer.** Les moyens de communication traditionnels et existants sont plus faciles à utiliser et souvent plus efficaces que de mettre en place de nouveaux systèmes.
- 6. Utiliser une combinaison économiquement efficiente des canaux de communication.** Utiliser plusieurs méthodes de communication avec le public renforce le message et augmente son acceptation. Cependant, il y aura un compromis à faire entre le coût d'utilisation de multiples canaux de communication et l'efficacité globale de la campagne.
- 7. Planifier, mettre en place, suivre et évaluer avec précaution.** Une promotion de l'hygiène efficace est spécifique à une communauté. Les programmes doivent être conçus afin de répondre aux besoins

d'une communauté particulière. Ceci peut être fait uniquement par le biais d'une planification, d'un suivi et d'une évaluation réfléchis des activités.

Planifier les activités de promotion de l'hygiène

Diagnostic initial

Un diagnostic rapide est essentiel pour le développement de la campagne de promotion et pour en apprécier les progrès. Les questions clés auxquelles le diagnostic doit répondre sont listées dans l'encadré 10.1. Lors de la phase initiale d'une situation d'urgence, seul un diagnostic rapide peut être entrepris. Cela peut être fait sous la forme de cartes de la communauté pour indiquer l'emplacement des structures importantes – telles que les points d'eau, les latrines et les installations communautaires – d'une marche d'observation à travers la zone, ou de groupes de discussion avec les représentants de la communauté affectée et les représentants des organisations clés.

Encadré 10.1 Questions clés pour un diagnostic rapide sur l'hygiène

- Quels sont les comportements à risque les plus répandus dans la communauté ?
- Combien de personnes adoptent ces comportements à risque et qui sont-elles ?
- Quels comportements à risque peuvent être changés ?
- Qui emploie de bonnes pratiques d'hygiène et qu'est-ce qui motive et influence leur application ?
- Quels sont les canaux de communication disponibles et lesquels sont fiables pour la promotion de l'hygiène ?
- De quelles structures ou matériaux les populations ont-elles besoin afin d'adopter de bonnes pratiques d'hygiène ?
- Combien de temps, d'argent et d'efforts les populations sont-elles prêtes à fournir afin d'avoir accès à ces structures/matériaux ?
- Où est-ce que ces structures/matériaux seront disponibles ?
- Comment est-ce que la disponibilité de ces structures/matériaux sera communiquée à la population ?

Encadré 10.2. Compétences et connaissances essentielles requises pour les animateurs

- Connaissance des problèmes de santé liés à l'assainissement dans les situations d'urgence et des stratégies de prévention appropriées.
- Compréhension des croyances et pratiques traditionnelles.
- Connaissance des méthodes de promotion de l'hygiène qui ciblent les adultes et les enfants.
- Compréhension des messages de santé de base et de leurs limitations.
- Connaissance des utilisations appropriées des chansons, pièces de théâtre, spectacles de marionnettes.
- Compréhension des questions de genre.
- Savoir cibler différents groupes, en particulier les groupes les plus vulnérables au sein de la zone affectée.
- Sens de la communication.
- Compétences dans le domaine du suivi et de l'évaluation.

pour recruter et former des animateurs motivés pour la première phase d'une crise est souvent trop court, mais on peut faire beaucoup de choses avec des volontaires identifiés par d'autres organisations déjà présentes sur place telles que les groupes religieux, le personnel de santé ou les agents/relais communautaires. Si possible, utiliser des animateurs issus de la communauté affectée car ils comprendront mieux les difficultés locales et seront mieux acceptés par la communauté.

Les animateurs doivent être formés (voir Figure 10.4). L'encadré 10.2 liste les thématiques à couvrir lors de la formation, celles-ci ne doivent pas nécessairement être couvertes en même temps. Commencer avec la formation de base sur les techniques de sensibilisation et faire des programmes courts et réguliers pour améliorer pas à pas la compétence des animateurs.

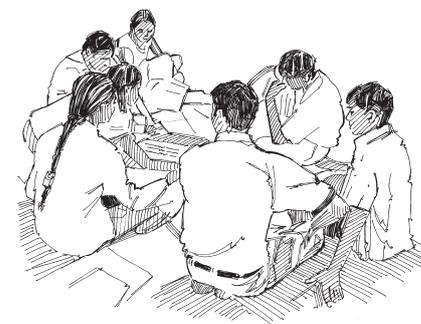


Figure 10.4. Formation des animateurs

Outils de promotion et méthodes de communication

- **Emissions radio.** Une méthode efficace pour toucher un grand nombre de personnes rapidement. Elles doivent être brèves, informatives et divertissantes avec un slogan ou une mélodie (jingle) facile à mémoriser. Utiliser un enregistrement avec des voix différentes sous la forme d'une radio-théâtre ou d'une interview.
- **Systèmes d'annonces publiques.** Ces systèmes peuvent être utilisés à la place des émissions radio si la zone à couvrir est petite ou si les radios ne sont pas disponibles. Utiliser des haut-parleurs dans des lieux stratégiques ou un système mobile sur véhicule se déplaçant lentement.
- **Posters.** Les posters peuvent être préparés rapidement et facilement, de préférence en collaboration avec la

Planification de la campagne de promotion

Les étapes principales lors du développement de la campagne sont les suivantes :

- **Se fixer un objectif.** L'objectif sera souvent d'améliorer la qualité de vie (ou de réduire les pertes en vies humaines).
- **Identifier les problèmes d'hygiène.** Ceux-ci doivent avoir été identifiés lors du diagnostic initial.
- **Identifier les comportements clés liés aux problèmes d'hygiène.** Ceux-ci peuvent être liés à des activités telles que le lavage des mains ou la gestion des excréments mais ils peuvent aussi être liés à une mauvaise compréhension de la technologie, ou à une certaine perception du genre ou de l'environnement.
- **Déterminer les causes de ces problèmes.** L'identification la plus précise possible des sources du problème permet de mieux cibler la campagne.
- **Prioriser les actions.** Décider des problèmes à cibler en premier lieu. Pour cela, il faudra prendre en compte à la fois l'amélioration de la santé et les ressources disponibles.
- **Développer une stratégie.** Décider quelles méthodes et quels outils utiliser (voir ci-dessous).

Animateurs

Le projet Sphère propose d'avoir un animateur pour la promotion de l'hygiène pour 1000 personnes touchées. Ce nombre devrait être doublé pendant les premières phases d'une réponse d'urgence. Le temps disponible

Promotion de l'hygiène en situation d'urgence

communauté. Le message principal doit être mis en évidence à travers des photos, appuyées par quelques mots simples dans la langue locale. Tester les posters en les montrant aux membres de la communauté cible, et vérifier s'ils comprennent le message (voir Figure 10.5).

- **Théâtre forum et théâtre de rue.** Le théâtre est une méthode efficace pour faire passer certains messages. Une histoire simple avec des personnages extravagants et une participation importante du public est idéale.
- **Spectacles et jeux de marionnettes.** Les spectacles et jeux de marionnettes sont une méthode de communication excellente lorsque le public cible est constitué d'enfants. Un divertissement très interactif est probablement le plus efficace.
- **Présentations diapo, film et vidéo.** Si du matériel visuel et des structures appropriées sont disponibles, ces présentations peuvent toucher un grand public en peu de temps. Leur impact peut être amélioré par des discussions de groupe subséquentes qui reprennent les points clés communiqués.
- **Discussions de groupe.** Une discussion de groupe dirigée peut améliorer la compréhension des comportements actuels et des raisons qui les favorisent (voir Encadré 10.3).
- **Discussions en tête à tête et visites à domicile.** Cette option prend beaucoup de temps mais elle est très efficace quand des animateurs compétents sont impliqués. Ils peuvent alors travailler avec les ménages pour développer des pratiques spécifiques adaptées aux besoins de chacun.



Figure 10.5. Test d'un poster pour enfants

En pratique

Convaincre des personnes de changer leurs pratiques d'hygiène sans les outils et matériaux nécessaires n'a pas de sens. Une source d'approvisionnement en eau, un système d'assainissement de base, des structures pour se laver les mains avec du savon et des récipients pour stocker la nourriture sont tous nécessaires avant de pouvoir adopter de nouvelles pratiques d'hygiène.

Encadré 10.3. PHAST

L'approche PHAST (Participatory Hygiene and Sanitation Transformation) utilise une palette d'outils pour aider les communautés à comprendre leur besoin de changement de comportement et à le mettre en pratique.

PHAST est principalement une approche de développement mais elle a été utilisée avec succès dans des situations d'urgence où les communautés sont restées groupées.

Voir ci-dessous pour plus d'information.

Pour plus d'information

Harvey P., Baghri, S. and Reed, R.A. (2002) *Emergency Sanitation: Assessment and programme design*, WEDC, Loughborough University, UK.

Ferron, S., Morgan, J. and O'Reilly, M. (2007) *Hygiene Promotion: a practical guide for relief and development*, Practical Action, Rugby, UK.

Boot, M. and Caircross, S. (1993) *Actions Speak: the study of hygiene behaviour in water and sanitation projects*, IRC/LSHTM, London.

Action Contre La Faim (2005) *Eau, assainissement, hygiène pour les populations à risques - Chapitre 15*. Hermann Editeurs Des Sciences et des Arts, Paris ISBN 2 7056 6499 8

Le Projet Sphère (2011) *La charte humanitaire et les standards minimums de l'intervention humanitaire*. Le Projet Sphère : Genève, Suisse (Distribué internationalement par Oxfam GB) <http://www.sphereproject.org/sphere/fr/>

Wood, S., Sawyer, R. and Simpson-Hebert, M. (1998) *PHAST Step-by-step Guide: A participatory approach for the control of diarrhoeal disease*, WHO, Geneva. http://www.who.int/water_sanitation_health/hygiene/envsan/phastep/



Organisation
mondiale de la Santé

Water, Sanitation,
Hygiene and Health Unit
20 Avenue Appia
1211 Genève 27 Suisse

Téléphone : + 41 22 791 2111
Téléphone (direct) : + 41 22 791 3555/3590
Fax (direct) : + 41 22 791 4159
URL : www.who.int/water_sanitation_health

Préparé pour l'OMS par le WEDC. Auteurs : Frank Odhiambo et Bob Reed. Editeur : Bob Reed. Contributions éditoriales, mise en page et illustrations par Rod Shaw et Glenda McMahon. Dessins offerts par le WEDC/FICR. Autres graphiques par Ken Chatterton.

Water, Engineering and Development Centre Loughborough University Leicestershire LE11 3TU UK
T : +44 1509 222885 F : +44 1509 211079 E : wedc@lboro.ac.uk W : <http://wedc.lboro.ac.uk>

Traduit par Amélie Cardon, revu par Jean-Marc Leblanc, Erwann Lacoste et Grégory Bulit.
SOLIDARITÉS INTERNATIONAL – www.solidarites.org – technicaldepartment@solidarites.org

WEDC Developing
knowledge and capacity
in water and sanitation

Traduit en français par :



SOLIDARITÉS
INTERNATIONAL