

Projet mondial d'intensification de la promotion du lavage des mains

Implication des hommes dans la promotion du changement de comportement en matière de lavage des mains au Sénégal

Juin 2010

INTRODUCTION

Lancé au mois de décembre 2006, le Projet mondial d'intensification de la promotion du lavage des mains (Global Scaling Up Handwashing Project), initié par le Programme Eau et Assainissement (WSP), a été mis en œuvre par les collectivités locales et les pouvoirs publics au Pérou, au Sénégal, en Tanzanie et au Vietnam, avec l'appui technique du WSP. Au Sénégal, le projet cible une population estimée à 1,5 million de femmes, dispensatrices de soins, et enfants vivant dans quatre-vingt localités réparties dans les régions de Dakar, Diourbel, Fatick, Kaolack, Louga, Thiès, Ziguinchor et Saint-Louis.

La planification et la mise en œuvre d'un programme intégré de communication, associant les médias nationaux et locaux et menant des activités promotionnelles au niveau communautaire, sous la conduite de structures privées compétentes en matière de marketing

et publicité expérientielles constituent des composantes essentielles du projet de promotion du lavage des mains. En outre, les actions de communication interpersonnelle à l'échelle des ménages sont menées par des hommes de terrain (appelés relais communautaires au Sénégal) ayant auparavant travaillé sur d'autres aspects de la santé publique comme la planification familiale, la nutrition et la lutte contre le VIH/SIDA. Les relais sont principalement chargés de se rendre auprès des ménages et de convaincre les mères d'aménager un espace dédié au lavage des mains (ex : des stations ou dispositifs de lavage des mains) en vue de faciliter l'accès au savon et à l'eau à chaque fois que de besoin.

ÉNONCÉ DU PROBLÈME

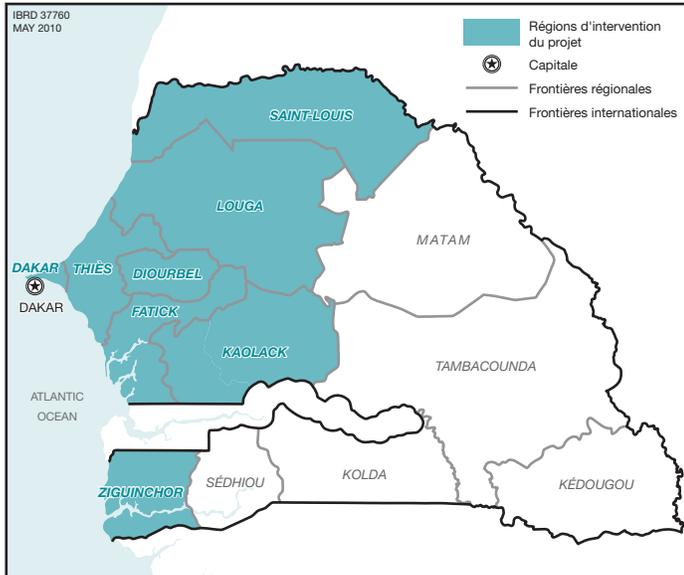
Dès l'étape initiale de la planification du projet, les femmes ont été identifiées comme la cible à privilégier, en raison de leur rôle central dans la gestion de la famille, en particulier des enfants.

Principaux constats

- Au Sénégal, l'homme est généralement le chef de ménage. En cette qualité, il agit comme *gardien*, *protecteur*, et *modèle*, disposant dans le ménage, d'une influence sur les finances, les interactions sociales et les comportements.
- Les hommes sénégalais ont manifesté leur frustration de n'avoir pas été impliqués dans les débats concernant la promotion du lavage des mains. Par conséquent, dans le cadre de la promotion de changements de comportements en matière de lavage des mains, les hommes et les femmes devront être ciblés de la même manière.
- Les observations préliminaires indiquent que les hommes s'intéressent à la promotion du lavage des mains en raison de son éventuel impact sur la santé et le bien-être de leurs enfants.

¹ Le Projet mondial d'intensification de la promotion du lavage des mains est basé sur les travaux du Partenariat mondial public-privé pour le lavage des mains avec du savon (PPPHW), dont le WSP est membre. Pour de plus amples informations, aller sur : www.globalhandwashing.org.

Régions d'intervention du projet



Mais aussi parce que les comportements des femmes en matière d'hygiène sont fortement corrélés à la réduction ou à la prévalence de la contamination fécale au sein du ménage.

Cependant, au Sénégal, les hommes sont généralement les chefs de ménage et en cette qualité jouent de leur influence à plus d'un titre. Par exemple, lorsque les relais demandent à effectuer une visite à domicile, le point de contact est l'homme, le chef du ménage. Ce sont les hommes qui allouent également les ressources financières pour l'achat des articles domestiques comme le savon, le matériel ou les produits de lavage des mains. En réalité, dans une enquête menée en 2009 auprès des femmes sénégalaises, près de la moitié des personnes interrogées (48 %) ont dit que l'approvisionnement du ménage en savon est assuré par les hommes².

Intervenant dans un tel contexte social les relais ont rapporté que lors des visites de beaucoup de ménages, les hommes ont exprimé leur frustration de n'avoir pas été associés aux débats sur la promotion du lavage des mains. Dans d'autres cas les hommes ont essayé de faciliter les débats :

Un jour, j'ai rendu visite à un ménage polygame. C'était difficile obtenir l'attention de toutes les femmes en même temps. Les épouses ne voulaient pas s'asseoir ensemble. Lorsque le mari a entendu mon introduction, il nous a

rejoint et a demandé à toutes ses femmes d'interrompre leurs occupations et de venir assister à la discussion. Il a souligné l'importance de nos messages sur le lavage des mains et s'est engagé à fournir les produits nécessaires au lavage des mains et à surveiller le comportement des membres de sa famille.

— Rapport de visite d'un relais auprès d'un ménage de la banlieue de Dakar.

Ainsi, alors que le Projet mondial d'intensification de la promotion du lavage des mains avait initialement ciblé un auditoire de femmes sénégalaises, à travers les mass-médias, les actions de mobilisation sociale et les communications interpersonnelles, l'équipe du projet s'est rendu compte qu'elle devait prendre en compte le rôle des hommes sénégalais en tant que chefs de ménage et envisager d'inclure les hommes dans l'auditoire ciblé pour la mise en œuvre du projet.

ACTION

En décembre 2009, l'équipe du projet a organisé à Dakar une séance d'apprentissage d'une demi-journée, en vue de valider les hypothèses relatives au rôle devant être joué par les hommes et de formuler une stratégie pour impliquer davantage et de façon plus effective les hommes. Vingt-cinq membres de dix organisations locales chargées de la supervision des relais ont pris part à cet événement. Cette session d'apprentissage³ a permis aux participants d'aborder les questions suivantes :

- Qu'avez-vous appris à propos de l'importance de l'implication des hommes dans la promotion du lavage des mains et qu'est-ce qui vous fait penser qu'elle est importante ?
- Partant de votre expérience, quelles sont les meilleures stratégies pour impliquer les hommes dans la promotion du lavage des mains ? Pourquoi recommandez-vous ces stratégies ?
- Dans le cadre de vos programmes actuels, quelles sont les opportunités d'intégration de ces stratégies que vous proposez ?

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

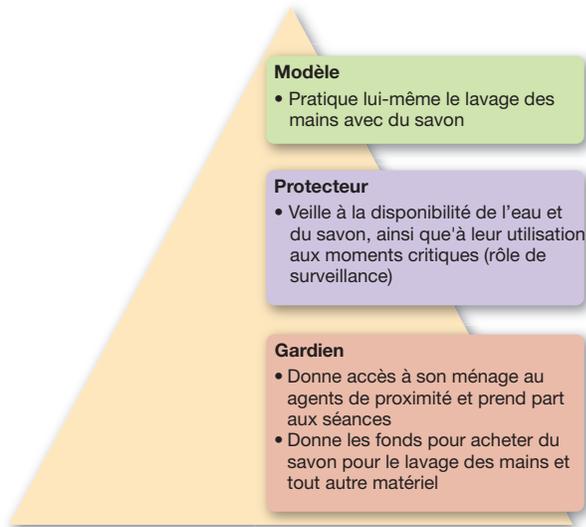
La rencontre de Dakar a permis de tirer un certain nombre d'enseignements essentiels :

- En leur qualité de chefs de ménage, les hommes sénégalais jouent plusieurs rôles essentiels. Les observations sur le

² Kane, M. 2009. Rapport d'étude sur le lavage des mains au savon au Sénégal. Etude non publiée, Programme Eau et Assainissement, Banque mondiale.

³ Pour de plus amples informations sur Emerging Learning Map voir "Global Learning Strategy" par Christiane Frischmuth, disponible sur www.wsp.org/scalinguphandwashing.

Figure 1 : Optimisation du rôle des hommes dans la promotion du lavage des mains



En tant que gardiens, les hommes autorisent l'accès à leur ménage et donnent l'argent pour acheter du savon. En tant que protecteurs, les hommes peuvent assurer le rôle de suivi des séances de proximité et veiller à ce que les membres du ménage se lavent les mains avec du savon. En tant que modèles, les hommes se lavent les mains avec du savon tout en encourageant les autres à faire de même. Depuis le rôle de gardien, la somme d'efforts requise augmente à chaque niveau.

terrain et les discussions ont permis d'identifier trois rôles, notamment ceux de — *gardien, protecteur et modèle* — et les moyens permettant de promouvoir ces rôles ont été discutés (Figure 1).

- Dans le cadre de ces rôles les hommes peuvent permettre ou dénier l'accès à de nouvelles informations et aux ressources nécessaires (ex : savon, dispositif de lavage

des mains). Ils peuvent faciliter, renforcer et soutenir le changement des comportements.

- Lorsque les hommes sont impliqués très tôt dans les discussions, ils vont vraisemblablement jouer un rôle plus actif dans la mobilisation des membres de la famille, insister sur les messages et préparer le ménage à la réception de messages portant sur le lavage des mains avec du savon.
- Même si les femmes demeurent un auditoire cible d'une importance cruciale dans la promotion du lavage des mains, les hommes devraient également faire partie de l'auditoire ciblé par les mass-médias, les actions de mobilisation sociale et de communication interpersonnelle.

Sur la base des résultats de la séance d'apprentissage, l'équipe du projet a pris plusieurs mesures pour mieux adapter l'intervention :

Mesure 1 : Modification du manuel de formation des relais et leur intégration à travers une supervision planifiée et des sessions de formation continue.

Mesure 2 : Adaptation des supports de communication (ex : logo, affiches, spots télévisés et radiodiffusés) en vue d'accroître la visibilité du rôle des hommes et de renforcer leur engagement en faveur du lavage des mains avec du savon au sein du ménage.

Les posters de l'illustration 1 montrent les adaptations effectuées sur les supports visuels destinés au public. Les posters réalisés initialement dans le cadre du projet s'adressaient aux femmes (gauche), et montrent une femme au premier plan en train de se laver les mains avec en arrière-plan son mari et ses enfants. La légende insiste sur le rôle de la femme dans le changement

Illustration 1 : Adaptation des supports de communication en vue d'insister sur le rôle des hommes



Un poster réalisé en vue de promouvoir le lavage des mains avec du savon avait initialement été conçu pour cibler les femmes (gauche). Ayant reconnu l'importance des hommes en leur qualité de chefs de ménage, une modification intervenue ultérieurement (droite) présente un mari et sa femme.

de comportement en matière de lavage des mains : «Je m'engage à faire adopter par ma famille la pratique du lavage des mains.»

Un autre poster (droite) illustre la décision d'inclure les hommes dans la campagne médiatique. Ici, un couple exprime son engagement commun : «Nous nous engageons plus que jamais à faire adopter par notre famille la pratique du lavage des mains.»

Mesure 3 : Lors des groupes de discussion avec les femmes, les animateurs vont identifier les ménages au sein desquels les maris ont été exposés aux messages sur le lavage des mains lors des visites à domicile et vont essayer de recueillir des informations relativement aux changements intervenus dans l'attitude ou le comportement des hommes en matière de lavage des mains au sein du ménage.

Mesure 4 : Adapter les outils de suivi-évaluation en vue d'assurer un enregistrement effectif et systématique de l'implication des hommes.

QUE DEVONS-NOUS SAVOIR D'AUTRE ?

À mesure que l'équipe s'efforce d'adapter l'intervention en modifiant les supports de formation et de communication et en adaptant les outils de suivi-évaluation, plusieurs questions surgissent, notamment : Quel est le principal déterminant de l'implication des hommes en faveur du changement de comportement en matière de lavage des mains au sein de leur ménage ? L'implication des hommes a-t-elle un effet catalysant, neutre ou négatif sur les attitudes des femmes par rapport au changement de comportement en matière de lavage des mains ?

Les responsables des programmes devraient tenir compte de ces questions entre autres dans l'élaboration des programmes courants et futurs concernant le lavage des mains.

— Par Seydou Nourou Koita

Le Programme Eau et Assainissement (WSP) est un partenariat multilatéral créé en 1978 et administré par la Banque mondiale en vue d'aider les démunis à avoir un accès très abordable, sécurisé et durable aux services d'eau et d'assainissement. Les bailleurs de fonds du WSP sont l'Australie, l'Autriche, le Canada, le Danemark, la Finlande, la France, la Fondation Bill & Melinda Gates, l'Irlande, le Luxembourg, les Pays-Bas, la Norvège, la Suède, la Suisse, le Royaume Unis, États-Unis et la Banque mondiale.

Les rapports du WSP sont publiés pour faire connaître les résultats des interventions du WSP à la communauté des acteurs du développement. La carte a été produite par l'unité de cartographie de la Banque mondiale. Les limites, couleurs, dénominations, et autres informations dans l'une quelconque des cartes de ce document n'impliquent aucun jugement porté par le Groupe de la Banque mondiale concernant le statut légal d'un quelconque territoire ou l'approbation ou l'acceptation de telles frontières.

Remerciements

L'auteur souhaite remercier l'équipe du le Projet mondial d'intensification de la promotion du lavage des mains, en particulier Hnin Hnin Pyne, Alfred Dacosta, Yolande Coombes, Jacqueline Devine, Libasse Diagne, Amy Grossman, Momar Kane, Mamadou Lamine Mbengue, Hélène Benga, Bernard Sene, Mamadou Thiam ; ainsi que les partenaires impliqués dans sa mise en œuvre et leurs personnels de terrain, notamment APAPS, EDE, EXP Momentum, Hors Media Communication, Mediacom et SENAGROSOL pour leurs précieuses contributions. Traduit de l'anglais par Pape Malick Guèye.

À propos du projet

Le Projet mondial d'intensification de la promotion du lavage des mains (Global Scaling Up Handwashing Project) est un projet initié par le WSP et axé sur l'apprentissage des procédés permettant d'appliquer des approches novatrices de promotion des changements de comportements en vue de créer des améliorations très répandues et durables en matière de lavage des mains avec du savon chez les femmes en âge de procréer (15-49 ans) et les enfants en âge de fréquenter l'école primaire (5-9 ans). Ce projet est mis en œuvre par les collectivités locales et les gouvernements nationaux avec l'appui technique du WSP. Pour obtenir de plus amples information veuillez-vous rendre sur www.wsp.org/scalinguphandwashing.

Contact

Pour de plus amples informations, veuillez-vous rendre sur www.wsp.org ou envoyer un courrier électronique à Seydou Nourou Koita à l'adresse : wspaf@worldbank.org.