



MINISTÈRE DE L'EAU,
DE L'ENERGIE ET DES HYDROCARBURES

SECRETARIAT GENERAL

DIRECTION DE LA
COMMUNICATION
ET DE LA COORDINATION
INTERNE



PLAN NATIONAL DE COMMUNICATION DU SECTEUR EAU, ASSAINISSEMENT ET HYGIENE



Juillet 2017

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	3
1. ANALYSE DE LA SITUATION	6
2. OBJECTIF GENERAL.....	18
3. OBJECTIFS SPECIFIQUES DE COMPORTEMENT	18
3.1. Comportement 1 : Utilisation d'eau potable	18
3.2. Comportement 2 : Utilisation de latrines	18
3.3. Comportement 3 : Lavage des mains avec du savon/des cendres pendant les moments clés de la journée	19
3.4. Comportement 4 : Gestion de l'hygiène menstruelle	19
3.5. Comportement 5 : Gestion des ordures ménagères.....	20
3.6. Comportement 6 : Gestion des eaux usées et eaux pluviales	20
4. STRATÉGIES DE COMMUNICATION	21
5. MESSAGES ET CLES DE COMMUNICATION (arguments pour convaincre les familles et les communautés).....	30
6. PLAN D'ACTION (par an)	38
7. GESTION ET COORDINATION DE LA MISE EN ŒUVRE DE CE PLAN DE COMMUNICATION ..	41
8. SUIVI ET ÉVALUATION	41
9. INDICATEURS (à désagréger : par sexe, par région ; à détailler par volet)	42
10. BUDGET ESTIMATIF (pour 1an)	43

ACRONYMES

AC	Agent Communautaire
ACC	Assistant Coach Communautaire
CAP	Connaissance/Attitude/Pratique
CIP	Communication Interpersonnelle
CLTS	Community-Led Total Sanitation
DPA	Défécation en Plein Air
EAH	Eau, Assainissement, Hygiène
ENSOMD	Enquête Nationale du Suivi des Objectifs du Millénaire pour le Développement
FAWE	Forum for African Women Educationalists
GHM	Gestion de l'Hygiène Menstruelle
INSTAT	Institut National de la Statistique
ISF	Indice Synthétique de Fécondité
JMLMS	Journée Mondiale du Lavage des Mains avec du Savon
JME	Journée Mondiale de l'Eau
JMHM	Journée Mondiale de l'Hygiène Menstruelle
JMT	Journée Mondiale des Toilettes
MSANP	Ministère de la Santé Publique
MCRI	Ministère de la Communication et des Relations avec les Institutions
MEN	Ministère de l'Education Nationale
MID	Ministère de l'Intérieure et de la Décentralisation
MJS	Ministère de la Jeunesse et des Sports
ODD	Objectifs de Développement Durable
OMS	Organisation Mondiale de la Santé
PET	Polytéréphtalate d'éthylène
PGE	Politique Générale de l'État
PMH	Pompe à Motricité Humaine
PNCOM	Plan National de Communication
PND	Plan National de Développement
PTF	Partenaires Techniques et Financiers
SDAL ou SDPA	Sans Défécation à l'Air Libre/ Sans Défécation en Plein Air
SE&AM	Suivi Eau & Assainissement A Madagascar
SODIS	Soleil Desinfection
USAID	United State Agency for International Development
UNICEF	Fonds des Nations Unies pour l'Enfance
VAD	Visite à Domicile
WASH	Water Sanitation Hygiene
WAVES	Wealth Accounting and Valuation of Ecosystem Services
WSUP	Water & Sanitation for the Urban Poor

INTRODUCTION

Madagascar compte plus de 23 millions d'habitants. Plus de 80 % d'enfants vivent encore dans la pauvreté alors que la population malgache est jeune (près des deux tiers, soit 64 % ont moins de 25 ans, et près de la moitié, soit 47 % ont moins de 15 ans). Plus de 80 % de la population est essentiellement rurale. Dans le milieu urbain, les femmes sont plus nombreuses que les hommes (93 hommes pour 100 femmes) tandis qu'en milieu rural, c'est l'effet inverse. Un ménage compte en moyenne 4,8 individus. Plus un ménage est pauvre, plus l'Indice Synthétique de Fécondité (ISF) est élevé, mais c'est en milieu rural que le niveau de la fécondité reste le plus élevé. Près de 78 % des ménages sont dirigés par un homme pour 22 % dirigés par une femme (une situation plus fréquente en milieu urbain que dans le milieu rural).

À Madagascar, presque tous les indicateurs sociaux sont alarmants malgré quelques avancées. Le taux de mortalité des enfants de moins de cinq ans est de 62 / 1.000, dont 42/1000 meurent avant l'âge de un an. Les principales causes de mortalité infantile sont la pneumonie, la diarrhée et le paludisme. Près de la moitié des enfants malgaches ont un retard de croissance, un taux qui est parmi les plus élevés au monde (UNICEF MICS Report, 2012).

Le taux d'accès à l'eau et à l'assainissement figure parmi les plus faibles au monde, et malgré les progrès réalisés au cours de ces dernières années, de fortes disparités persistent tant au niveau des régions que des milieux urbains et ruraux. Madagascar dispose pourtant d'abondantes ressources en eau, l'une des plus élevées au monde, d'une valeur moyenne de 23 057 m³ par habitant par an, selon les chiffres de 2001 à 2013 (WAVES). Ces ressources ne desservent malheureusement pas encore le quart de la population malgache et affectent le classement du pays au niveau mondial dans le secteur eau, assainissement et hygiène. Seulement 24,07% de la population a accès à l'Eau Potable (Service Traitement des Informations et Base de Données/Ministère de l'Eau, l'Energie et des Hydrocarbures - SE&AM 2017). Les disparités entre les zones urbaines et rurales sont considérables : un peu plus de 50 % des personnes vivant dans les zones urbaines ont accès à un approvisionnement en Eau potable et près de 84 % des habitants des zones rurales ne disposent pas de point d'eau dans leurs enceintes et utilisent des eaux de sources non protégées pour boire. Cette eau peut pourtant, parfois, servir à abreuver le bétail ou à faire la lessive.

Seulement 06,99% de la population utilisent des latrines améliorées (Service Traitement des Informations et Base de Données/Ministère de l'Eau, l'Energie et des Hydrocarbures - SE&AM 2017), et plus de 80% de la population pratique encore la défécation en plein air, avec un total de plus de 20 millions de personnes (Service Traitement des Informations et Base de Données/Ministère de l'Eau, l'Energie et des Hydrocarbures - SE&AM 2017). Les plus hauts niveaux de défécation en plein air se situent dans le sud du pays. L'accès limité à l'eau potable ainsi que les mauvaises pratiques d'Assainissement et d'Hygiène dues au respect des cultures traditionnelles et à la méconnaissance des règles de base d'hygiène, sont particulièrement préoccupants, compte tenu notamment de leur effet sur l'apparition de 90 % des cas de diarrhée et de leur influence sur la malnutrition chronique. Le mauvais assainissement cause chaque année une perte évaluée à 201 milliards d'ariary, ¹ 3.5 millions de journées scolaires et 5 millions de journées de travail². La prolifération des

¹Water and Sanitation Programme, juillet 2011.

² Assainissement le Défi, Gouvernement malgache, UNICEF et WaterAid, juillet 2002.

ordures dans les ménages et dans les marchés, conjuguée à l'augmentation des ordures, dans les Fokontany et les communes rurales, favorise la propagation d'odeurs nauséabondes, de saletés dans les villages et de maladies qui affectent les enfants et les ménages.

Madagascar s'inscrit dans les ODD visant à atteindre un accès universel et équitable à l'eau potable et aux services d'assainissement et d'hygiène d'ici 2030. Le pays relève ainsi le défi d'atteindre 100 % de taux d'accès aux infrastructures d'Eau potable et aux infrastructures d'Assainissement de base et d'Hygiène en 2030 ; et 99,99 % de taux de la population vivant dans un environnement SDAL en 2019. Dans cette perspective, il devient essentiel de promouvoir les pratiques familiales essentielles sur l'Eau, l'Assainissement et l'Hygiène étant donné que même si les infrastructures existent, ils ne peuvent contribuer à l'amélioration de la santé et du bien-être et contribuer au développement tant que la population ne prenne pas conscience de l'importance de leur adoption.

La vision de l'EAH est que Madagascar devienne un pays modèle avec un accès universel à l'Eau Potable, aux services d'Assainissement et d'Hygiène par toute la population pour une meilleure santé et un développement durable. Dans le cadre de l'EAH, le Ministère de l'Eau, de l'Énergie et des Hydrocarbures a pour mission de concevoir, orienter, gérer, coordonner, harmoniser, mettre en œuvre et suivre la Politique Générale de l'État (PGE). Il priorise la pérennisation de l'accès à l'Eau Potable et aux infrastructures d'Assainissement et d'Hygiène en tenant compte du contexte de changement climatique. Il assure l'atteinte des principaux objectifs du secteur EAH pour de meilleures conditions de croissance et un bien-être accru de la population. Cette mission est conforme à toutes les conventions internationales pour le développement du secteur EAH. Il est, en effet, inimaginable qu'un développement durable puisse se tenir si la population continue à boire de l'eau non potable, à vivre dans un environnement insalubre et à ingérer involontairement des excréta suite à la non rupture de la transmission orale fécale liée à la large pratique de la Défécation en Plein Air (DPA).

Ainsi, pour pouvoir réaliser cette vision, en plus des efforts d'amélioration des services d'eau, d'assainissement et d'hygiène ; le plaidoyer, la mobilisation sociale, la communication pour un changement de comportement, et la communication pour un changement social sont fondamentaux. La valeur ajoutée de cette communication réside, non seulement dans la promotion de l'adoption des pratiques et normes favorables à l'Eau, à l'Assainissement, et à l'Hygiène auprès des familles et des communautés, mais également dans la génération de la demande et surtout dans l'habilitation des communautés à assurer leur pleine participation pour leur propre développement.

Le rôle incontournable des actions de communication en faveur de l'adoption des pratiques familiales essentielles liées à l'Eau, à l'Assainissement et à l'Hygiène est d'autant plus capital dans la mesure où le secteur se doit d'être un porteur de développement intégré avec son aspect transversal qui touche également les autres secteurs comme la santé, la nutrition, l'éducation, la jeunesse et la décentralisation.

Pour obtenir des résultats pertinents dans cette action de mobilisation des ménages et en vue de compléter et d'optimiser les autres actions initiées par le Ministère dans l'amélioration des services et des infrastructures d'accès à l'Eau, à l'Assainissement et à l'Hygiène à Madagascar, ce plan national de communication pour le développement a été élaboré. Il est basé sur l'analyse de la situation dégagant les problèmes prioritaires et les déterminants comportementaux et environnementaux relatifs à l'adoption des pratiques essentielles WASH au niveau des ménages.

C'est un plan national de communication, dénommée PNCOM WASH, qui inclut les activités intenses comme les campagnes de communication, mais qui souligne aussi l'importance d'une communication continue et soutenue au cours de l'année. Le développement de ce plan national implique différents acteurs nationaux et régionaux, gouvernementaux et non gouvernementaux sous le leadership du Ministère de l'Eau, l'Energie et des Hydrocarbures.

1. ANALYSE DE LA SITUATION

Afin d'avoir une idée sur la connaissance, l'attitude, la perception ainsi que les pratiques actuelles des familles et des communautés dans les aspects liés à l'eau, à l'assainissement et à l'hygiène, les résultats des recherches suivantes ont été consultés :

- Budget Programme par Objectif Régional (BPOR) - SE&AM 2016-2017 (Remontée des données nationales sur le taux de desserte en Eau Potable, en Assainissement de base et d'hygiène dans les 22 Régions de Madagascar par l'outil SE&AM) gérées par le Service de la Base des Données du Ministère de l'Eau, de l'Assainissement et de l'Hygiène.
- ENSOMD 2012-2013 (Enquête nationale sur le suivi des objectifs du millénaire pour le développement à Madagascar) effectué par l'INSTAT au niveau national.
- Etude des déterminants socio-culturels pour l'adoption des pratiques familiales essentielles dans les régions d'intervention de l'UNICEF (Analanjirifo, Atsimo Andrefana, Anosy) - Rapport sur les résultats de l'analyse des données quantitatives, INSTAT – Novembre 2015
- Recherche Formative pour la mise à l'échelle de l'approche marketing de l'assainissement dans la commune urbaine d'Antananarivo et les communes périphériques, WaterAid et WSUP, Novembre / Décembre 2013
- Recherche formative sur les déterminants des obstacles à l'adoption des comportements sains, USAID Mikolo, 2014 (9 communes des 5 régions : Atsinanana, Atsimo Andrefana, V7V, Ihorombe, Haute Matsiatra).
- Evaluation finale de la « Promotion des pratiques familiales clés à travers des stratégies régionales de communication intégrée pour la survie, le développement, la scolarisation et la protection des enfants » dans les Régions Analanjirifo, Anosy et Atsimo Andrefana de Madagascar , RADSE, en collaboration avec UNICEF, UNFPA, SFCG - Avril 2017
- Field Note UNICEF WASH, Novembre 2015 (sur les régions du Sud).
- Rapport de la Recherche formative relative à la promotion d'Hygiène – Étude effectuée dans les Régions d'Analamanga, Bongolava, Alaotra Mangoro, Wateraid Madagascar, Novembre 2016

Les données actuellement disponibles sur l'EAH ne permettent pas encore de couvrir toutes les informations sur les CAP (Connaissance-Attitude-Pratique) et les normes sociales pour tous les comportements clés. Des études complémentaires doivent encore être menées ultérieurement pour compléter les données nécessaires afin d'alimenter ce PNCOM WASH.

La consolidation de l'analyse de ces recherches et consultations a permis de ressortir :

- L'analyse comportementale liée aux thématiques de l'EAH
- Les principaux goulots d'étranglement liés aux pratiques familiales essentielles sur l'EAH
- L'analyse de la situation de communication

1.1. ANALYSE COMPORTEMENTALE

1. Utilisation d'eau potable

Connaissance :

- Environ 78 % des ménages ayant une bonne connaissance sur l'eau potable et le traitement de l'eau utilisent de l'eau potable si celle-ci est disponible, ou s'ils traitent l'eau pour la rendre plus sûre à boire.
- Les mères savent que le traitement de l'eau est nécessaire, mais elles ne connaissent pas vraiment son utilité par rapport au risque sur la santé humaine.

Attitudes/Perception/Croyance:

- Les activités des villageois de certaines régions de Madagascar tournent autour des fleuves et rivières. Ils y lavent leurs linges, y font leur vaisselle, y prennent leur bain, y puisent l'eau pour faire cuire leur repas et l'eau qu'ils boivent, ...et ils y font même leurs besoins par pure habitude, par négligence ou par manque de connaissance, donc ils utilisent directement l'eau et n'ont pas le réflexe de le traiter systématiquement.
- Les gens manquent de patience pour faire bouillir l'eau ou simplement ils manquent de volonté pour s'acheter des produits de purification d'eau. Ils préfèrent utiliser directement l'eau disponible.

Pratiques :

- Faible taux d'accès de la population à l'eau potable : 43 %
- Seulement 13 % des ménages dans le proche littoral utilisent de l'eau potable sur 99 % des ménages situés dans les chefs-lieux de région.
- Dans d'autres villages, ils traitent quand même l'eau venant des sources douteuses avant toute utilisation domestique, mais ne connaissent pas vraiment l'utilité de ce traitement face au risque sur la santé humaine.
- Dans les strates proches littorales (43 %) et littorales (37 %), une proportion des ménages traitent l'eau venant des sources douteuses pour la rendre plus saine.
- Dans la zone urbaine, en moyenne, 70 % des ménages ne traitent pas l'eau avant de boire.
- L'ensemble des ménages utilise de l'eau potable suite aux messages passés à l'école. La moitié le fait puisqu'ils ont entendu des informations à la radio ou ont été informés par les chefs de la communauté/ autorité locale.
- Adoption de la pratique de traitement de l'eau :
 - (71 %) des ménages dans la région Analanjirofo ; 21 % dans la région Anosy, et 13 % dans la région Atsimo Andrefana.
 - Dans les strates proches littorales (43 %) et littorales (37 %).
- Dans certaines régions (Anosy), la culture véhicule le fait qu'il est tabou de boire de l'eau qui a été piétinée par une femme (à cause de certaines formes de pompe).
- Puisage direct de l'eau de surface qui est destinée au lessivage et à l'hygiène corporelle.

2. Utilisation de latrine

Connaissance :

- Environ 83 % des ménages ayant une bonne connaissance sur la nécessité d'avoir une latrine construisent et utilisent une latrine.
- Les mères savent la nécessité d'avoir une latrine pour le ménage, mais elles ont besoin de l'approbation de leur conjoint pour prendre une décision d'instruire ou d'entreprendre la construction et l'utilisation des latrines.

Attitudes/Perception/Croyance:

- La persistance du respect des us et coutumes : certaines communautés pensent que la terre est sacrée, car on y enterre les ancêtres, alors il est interdit d'y déféquer. De plus leurs ancêtres n'ont pas utilisé de latrines et il leur sera difficile de renier cette pratique traditionnelle. Une autre croyance qui interdit aux femmes et aux hommes de cohabiter dans une même enceinte persiste également. À l'exemple du Sud, on y croit que la construction en béton est destinée à enterrer les ancêtres. (interdiction de conserver les excréta dans un local, de nettoyer une latrine, ...)
- Non perception de la valeur de l'usage des latrines familiales
- Les latrines sont perçues comme génératrices de mauvaise odeur aux alentours et comme sources de conflit entre les voisins
- Leur construction peut coûter cher et porter atteinte à la qualité des eaux souterraines. Certains propriétaires louent leurs maisons non équipées de latrines
- Les gens ne se rendent pas compte de la sévérité et risques des problèmes qui peuvent survenir à cause de la non utilisation des latrines.
- La seule motivation des ménages à l'utilisation de latrine est axée sur les soucis d'hygiène et de santé familiale.
- Problème de genre : même instruites, les femmes n'ont aucun pouvoir de décision face au père de la famille alors qu'elles veulent initier la construction des latrines ; parmi les femmes informées, peu d'entre elles ont pu entreprendre cette action.

Pratiques :

- L'accoutumance à la Défécation en plein air : dans les zones littorales, cette pratique est acceptée par la société, néanmoins certaines personnes éprouvent de la honte à exposer leur partie du corps. L'usage de l'eau les conduit à la défécation sur les plages et même dans la mer. De ce fait, les latrines dans les écoles et latrines publiques ne sont pas utilisées convenablement.
- L'adoption de la pratique dépend du niveau d'instruction : Les ménages dont la mère a atteint le niveau secondaire ou plus (66 %) utilisent davantage les latrines non partagées par rapport aux autres (63 % pour le niveau primaire, et 53 % pour le secondaire). Plus les gens sont instruits, plus ils ont la notion d'hygiène et de santé et ce fait implique l'utilisation des latrines propres aux ménages.
- Beaucoup de gens ne reconnaissent pas encore les avantages que peut apporter l'utilisation des latrines et ne se sentent pas capables de construire ou utiliser leur propre latrine.
- L'influence de la géographie : c'est dans la strate proche littoral que la proportion des ménages qui construisent des latrines est la plus élevée (89 %). Elle régresse dans le chef-lieu de région (53 %). Une des raisons pourrait être la disponibilité d'espace.

3. Lavage des mains avec du savon/cendre

Connaissance :

- La proportion des ménages ayant une connaissance sur la pratique du lavage des Mains avec du Savon/cendre est d'environ 91 %, mais ils la font rarement suivant leur habitude et leur mode de vie.
- Les mères de famille savent qu'il est indispensable de se laver les mains avec du savon/cendre, mais ne connaissent pas toujours son importance pour le maintien de la santé, notamment celle de la mère et des enfants.

Attitude/Perception/Croyance :

- **La perception du savon comme une dépense en plus :**

L'usage du savon lors du lavage des mains consomme plus d'eau alors qu'il s'agit d'une denrée précieuse de par sa rareté à leurs yeux, notamment dans la partie Sud du pays. La disponibilité d'eau influe en partie les comportements de certains ménages à se laver les mains. Neuf ménages sur dix pensent que le savon est cher et même un article de luxe.

Pratique :

- **Les localités régionales :** proportion de ceux qui pratiquent le lavage des mains avec du savon : 95 % dans la région Analanjirofo, 64 % dans la région Anosy et ne concerne que près de la moitié des ménages (47 %) dans la région Atsimo Andrefana. C'est dans le chef-lieu de région que la proportion des ménages qui utilisent du savon/cendre pour se laver les mains est la plus importante.
- **Mode de vie du ménage :** se laver les mains n'est pas encore dans les réflexes / besoins ressentis pour la plupart de gens en milieu rural et pour les habitants défavorisés.

4. Gestion de l'hygiène menstruelle

Connaissance :

- Peu de femmes ou de jeunes filles connaissent l'utilité de la gestion de l'hygiène menstruelle étant donné qu'elles passent souvent sous silence au niveau de la communauté.
- Peu de femmes et de jeunes filles savent comment laver correctement cette partie intime de leur corps et n'osent pas demander à leurs parents.

Attitude/Perception/Croyance :

- La menstruation est un sujet encore tabou au niveau des ménages. C'est pour cela que des milliers de jeunes filles malagasy ont du mal à vivre sereinement cette période chaque mois.
- La menstruation est ressentie comme une honte pour les jeunes filles. Durant leurs règles, les femmes et les filles sont considérées comme « impures ». En milieu rural, la majorité des jeunes filles s'absentent à l'école quand elles ont leurs règles, et ce, pour éviter le malaise et le jugement des garçons (tondro molotra, fanaratsiana) face à cette situation.
- La toilette intime des femmes et des jeunes filles nécessite l'utilisation de beaucoup plus d'eau pendant la menstruation alors qu'il s'agit d'une denrée précieuse, surtout dans les zones Sud de Madagascar, ce qui constitue une barrière à une bonne gestion de l'hygiène menstruelle.

Pratiques :

Mode de vie des femmes et jeunes filles :

- Le lavage du corps intime par les jeunes filles (14- 25 ans) durant les jours de la menstruation est encore à un niveau très bas et ne figure pas dans les besoins ressentis par la plupart des jeunes filles et femmes en milieu rural et pour celles issues des situations défavorisées.
- L'usage des tissus reste largement répandu pendant la gestion de la menstruation, comparé à l'usage des serviettes hygiéniques qui coûtent chers.
- L'absence des infrastructures appropriées dans les écoles et auprès de chaque ménage freine la pratique de l'hygiène intime au cours de la menstruation parce que les toilettes sont souvent communes aux garçons et filles.
- La Gestion de l'Hygiène Menstruelle (GHM) constitue une nouvelle thématique figurant parmi les priorités mondiales. L'ODD 6.2 stipule qu'il faut accorder une attention particulière aux besoins des femmes et des filles, principalement celles en situation vulnérable.
- Une bonne gestion de l'hygiène menstruelle est liée à la concrétisation des Droits des femmes.

Selon les statistiques mondiales, chaque jour, 800 millions de femmes ont leur règle. Une enquête a été réalisée auprès de 162 femmes par Wateraid en 2014 au niveau de trois communes rurales : celle d'Antsapanimahazo, Sahafitahana et Morondava. Après avoir utilisé des serviettes en tissu et les avoir lavés, seules 10 % des femmes ont osé faire sécher ces bouts de tissus à la lumière du jour, 90 % l'ont fait dans un endroit discret. Dans certaines régions, les femmes font l'objet de stigmatisation quand elles ont leur règle. Il leur est par exemple interdit d'assister à des événements traditionnels ou d'aller dans les champs pour cueillir des courgettes ou des citrouilles...

5. Gestion des ordures ménagères

Pratiques :

- En milieu urbain, la grande majorité des foyers jettent leurs ordures dans les bacs à ordures tandis qu'en milieu périphérique éloigné, la population les brûle. Pour d'autres, les rivières et les cours d'eau servent également de dépôt d'ordures.

Toujours en milieu urbain :

- les ordures ménagères ne sont pas traitées à 100 %. Une création de dépôts sauvages par les ménages favorise l'encombrement des ordures, et la pollution de l'environnement.
- Près de 55 % des ménages ne sont pas intéressés à payer un autre service pour la collecte de leurs ordures.
- Dans les quartiers défavorisés, les ménages jettent de part et d'autre de la maison et du milieu de travail les ordures ménagères, les bouteilles en plastique et autres déchets jugés inutiles,
- durant les périodes des pluies, les ordures s'entassent sur les trottoirs et dans les rues et les odeurs nauséabondes se répandent ainsi que les maladies, avec la montée des eaux. Les enfants sont les premiers affectés par les maladies diverses liées aux vecteurs tels que les mouches, les blattes, et autres rongeurs.
- Des cas semblables sont visibles dans les différentes parties des villes des proches littorales et dans les zones rurales. La majorité des ménages ne savent pas contrôler ni valoriser les ordures ménagères, aggravant ainsi les risques environnementaux et sanitaires :

L'on constate également la dégradation du cadre de vie, notamment l'entourage visuel et les odeurs insupportables, la prolifération d'insectes et autres rongeurs qui causent la propagation des maladies de la peste due à une montagne de déchets éparpillés dans les rues, les trottoirs et même les maisons.

6. Gestion des eaux usées et eaux pluviales

Pratiques :

- Les eaux usées, qu'elles soient industrielles ou domestiques, ont un impact nocif sur l'environnement et des conséquences désastreuses sur la vie humaine à Madagascar.
- En milieu urbain, la plupart des ménages déversent leurs eaux usées issues des activités journalières (le lavage des voitures, l'arrosage des jardins) et leurs eaux à usages domestiques anarchiquement.
- Par l'absence et l'inefficacité des réseaux d'assainissement des eaux usées dans leur maison et au niveau des entreprises de production, la majorité des eaux usées sont rejetées dans les rigoles, les cours d'eau et la nature, ce qui représente un risque de maladie pour la population, et de pollution pour l'environnement.
- Le nombre de personnes vivant dans des habitations précaires, dans l'insalubrité et qui sont menacées par les maladies infectieuses véhiculées par l'eau usée et polluée, telles que les diarrhées, la typhoïde due à l'inexistence d'un réseau d'égouts augmente quotidiennement. Dans d'autres cas, les eaux non traitées représentent un facteur véhiculant des microorganismes pathogènes et des substances chimiques dangereuses pour l'organisme humain et pour la nature tout entière.
- Durant les fortes saisons de pluies, le comblement élevé des zones humides et la stagnation des eaux usées dans les espaces vides, la chaussée et les drains témoignent la difficulté à préserver le bien-être de la population citadine.
- Certaines activités agricoles et industrielles de quelques usines de fabrication de produits chimiques polluent gravement les cours d'eau et nappes phréatiques, sources d'eau potable. Ces eaux usées déversent accidentellement des produits toxiques dans les eaux de surface se trouvant à proximité des ménages.
- À défaut d'infrastructures de traitement des eaux de pluies et usées, certains ménages des bas quartiers utilisent les eaux usées brutes dans l'irrigation en tant que ressources supplémentaires en eau. Les retombées sont néfastes sur l'état sanitaire de la population et l'environnement, non seulement de la zone d'épandage, mais aussi dans toutes les villes. Dans les zones rurales et littorales, les eaux domestiques sont directement rejetées soit dans les lits des rivières soit dans la mer ; les eaux des douches étant souvent éliminées dans un puits perdu et le reste dans les caniveaux à ciel ouvert ou dans la nature. Cette situation est à l'origine d'énormes problèmes sanitaires et écologiques tels que le paludisme causé par les moustiques, la gale et la conjonctivite.

1.2. LES PRINCIPAUX GOULOTS D'ÉTRANGLEMENT LIÉS À L'ADOPTION DES PRATIQUES FAMILIALES SUR L'EAH :

L'utilisation de l'eau potable, l'utilisation des latrines, le lavage des mains avec du savon et la gestion de l'hygiène menstruelle figurent parmi les pratiques qui ont révélé des barrières significatives empêchant leur adoption par les ménages. Ces goulots d'étranglement sont principalement :

- **Le manque d'infrastructures appropriées** : l'absence de services de proximité ou la méconnaissance de l'existence de ces services.
- **Le manque de connaissance ou une connaissance erronée des pratiques familiales clés** : les actions de sensibilisation ne sont pas continues, voire inexistantes dans certaines localités. Beaucoup de gens ne sont pas exposés aux informations correctes et complètes sur l'eau, l'hygiène et l'assainissement. La plupart des actions de communication sont jusque-là orientées vers la diffusion de messages informatifs plutôt que la diffusion de messages persuasifs en faisant participer les communautés et les familles.
- **La non perception des conséquences positives du comportement, non perception des risques et de l'importance de la pratique.**
- **La conservation des us et coutumes** : perpétuation des pratiques des ancêtres. Les gens se préoccupent encore de garder et de conserver les habitudes des anciens. Pour eux, si les ancêtres ont survécu et ont semblé vivre sereinement auparavant, c'est que leurs comportements n'étaient pas nocifs, d'où, le besoin de suivre leurs habitudes.
- **L'existence d'un ancrage culturel** lié à la conception et à l'aménagement de l'espace. La mise en place et l'utilisation d'une latrine est un fait culturel puisqu'il faut aménager l'espace alors que la notion d'ESPACE SACRE et d'ESPACE PROFANE est différente selon les régions. Cette conception est pourtant déterminante dans la décision de ne pas adopter le comportement.
- **La rareté de l'eau** est une barrière. L'insuffisance de l'eau détermine en partie les comportements de certains ménages, mais même là où l'eau est abondante, le réflexe sur le lavage des mains et sur l'utilisation de l'eau potable n'est pas acquis.
- **L'acceptation sociale et la pratique** de certains comportements non-désirés par les groupes influents. (ex : défécation à l'air libre, ...).
- **Le fait de parler de la menstruation est encore tabou** comme le démontre sa signification en malagasy : Fadim-bolana.
- **Le manque de civisme** pour le respect de l'environnement.

1.3. ANALYSE DE LA SITUATION DE COMMUNICATION (CANAUX ET ACTEURS D'INFLUENCE)

Accès à l'information

Le taux d'accès à l'information des ménages est influencé par le niveau d'instruction et la catégorie sociale à laquelle appartient chaque individu, et il se diversifie par région. De manière générale, les moyens d'accès à l'information restent assez similaires pour l'ensemble des comportements. Les médias constituent les principaux vecteurs d'informations et d'instructions sur les pratiques familiales essentielles WASH.

Dans l'ensemble du pays, près de 57 % de femmes et 62 % d'hommes sont exposés aux médias au moins une fois par semaine. Le niveau d'instruction ainsi que les facteurs sociaux et la situation géographique viennent influencer ce taux. La radio constitue également le moyen d'information le plus courant. Elle est très présente au sein des ménages, qu'ils se situent dans les zones urbaines ou rurales.

En milieu urbain, les ménages ont accès aux informations par le biais de la radio (68 %) et la télévision (58 %). Une forte pression de diffusion des programmes est entendue par les individus en matinée et dans la soirée. Le tableau ci-après présente la proportion de l'accès aux informations des ménages dans la région Analamanga :

RADIO	TELEVISION	PRESSE ÉCRITE
<ul style="list-style-type: none">• 68 % écoutent tous les jours ou presque	<ul style="list-style-type: none">• 58 % regardent tous les jours ou presque	<ul style="list-style-type: none">• 23 % lisent tous les jours ou presque.• 35 % ne lisent jamais.
<ul style="list-style-type: none">• En matinée et dans la soirée	<ul style="list-style-type: none">• Surtout en soirée	<ul style="list-style-type: none">• Surtout en matinée

Les institutions religieuses, les membres des familles ainsi que les femmes sont des vecteurs de communication utilisés comme sources d'informations et d'éducation dans l'adoption de ces pratiques familiales essentielles WASH.

Il faut noter que dans la capitale, le taux des femmes qui ont accès aux médias est plus important que dans le milieu rural, 54 % des femmes y sont exposées à la radio. Le niveau d'instruction influe sur ce chiffre puisque plus les femmes sont instruites plus leur exposition aux médias est plus importante. Au niveau des écoles et des ménages, les mères de famille jouent un rôle important en tant que vecteurs de communication, notamment pour la sensibilisation des jeunes filles à adopter une pratique continue de la gestion de l'hygiène menstruelle.

Les informations diffusées autour de la gestion des ordures ménagères et des eaux usées et pluviales sont encore insuffisantes et restent faibles. Il reste à définir les meilleurs moyens stratégiques pour faciliter cet accès à l'information, entre autres, la mise en place d'une campagne soutenue plus dense, l'intensification de la communication interpersonnelle qui tient une importance particulière dans l'information et l'éducation de proximité. La fréquence de lecture des journaux/magazines audio-visuels ainsi que les affiches/brochures sont également les principales sources d'information des mères. Contrairement à ces moyens d'informations, les enseignants ont peu d'influence sur la diffusion des messages, notamment sur la pratique d'utilisation de latrine.

Sur les quatre types de médias existants à Madagascar, la radio occupe la première place. Elle est de plus en plus un très bon moyen de communication de masse. On compte actuellement près de 300 stations radio publiques et privées, 34 organes de presse écrite, une dizaine de médias électroniques et 28 stations de télévision dans l'île. Les médias privés sont en surnombre par rapport aux médias publics (1 contre 10).

Par contre, la proportion d'individus possédant une télévision chez eux et la regardant fréquemment est plus faible, ce qui n'en fait pas un outil de communication de masse approprié. Elle sera néanmoins nécessaire pour soutenir les campagnes de masse.

La presse écrite est aussi un bon moyen de communication, bien que toute la population n'ait pas le moyen d'acheter les journaux, et que près de la moitié de la population malgache soit analphabète. Il y a cependant quelques journaux plus prisés que d'autres comme Midi Madagasikara et l'Express (qui sont des journaux bilingues réservés à une certaine partie de la population), et Ao Raha, Taratra, Gazetiko, des journaux malagasy.

Le tableau ci-après montre le moyen d'information le plus commun selon l'ENSOMD 2012-2013 faite par l'INSTAT :

	RADIO	TÉLÉVISION	JOURNAL (au moins une fois par semaine)
Chez les femmes	49 %	23 %	18 % (chez les plus instruites du niveau secondaire et plus : 39 %)
Chez les hommes	55 %	24 %	21 % (chez les plus instruites du niveau secondaire et plus : 41 %)

Les résultats par région présentent des disparités vis-à-vis de l'exposition aux médias selon toujours cette enquête. Les proportions de femmes qui ne sont exposées à aucun média sont les plus faibles dans les régions Analamanga, Diana, Itasy, Haute Matsiatra, et Amoron'i Mania. Dans les régions Androy et Melaky, 82 % et 81 % des femmes ont déclaré qu'elles n'écoutent pas la radio, ne regardent pas la télévision et ne lisent aucun journal, même au moins une fois par semaine. Pour les hommes, seulement 16 % à Analamanga, 25 % à Diana, 28 % à Itasy, 34 % à Alaotra Mangoro et 36 % à Vakinankaratra ne sont exposées à aucun média. Dans les régions Androy et Melaky, 76 % et 83 % des hommes ont déclaré n'avoir accès ni à la radio, ni à la télévision, ni au journal, même au moins, une fois par semaine.

Voici un tableau récapitulatif des personnes qui ne sont exposées à aucun média d'après l'ENSOMD 2012-2013 (INSTAT) :

	% de personnes n'étant exposés à aucun média (journal, radio ou télévision) même au moins une fois par semaine		
Femmes	43 %		
	13 % en milieu urbain	50 % en milieu rural	6 % dans la capitale
Hommes	38 %		
	10 % en milieu urbain	45 % en milieu rural	5 % dans la capitale

Ce tableau montre que bien que les médias jouent un grand rôle dans le maintien des comportements positifs et aident la population à confirmer et à reconfirmer les connaissances et les actions afférentes à ces comportements, ils n'arrivent pas à couvrir toutes les Fokontany de l'île, surtout dans les zones enclavées et rurales. Bon nombre de populations sont coupés/ne sont pas connectés du reste de l'île, ont un accès limité à l'information, ou tout simplement ne disposent pas de poste radio, de télévision ou de possibilité de lire les journaux.

Quant aux supports imprimés, ils sont peu reconnus étant donné la masse de population ne sachant pas lire à Madagascar (80 % de la population sont des paysans). Mais comme tout outil de communication de masse, ils contribuent beaucoup à se souvenir des comportements souhaités et de les maintenir, surtout s'ils sont utilisés de façon stratégique (utilisation d'images (dessins), ...) et s'ils reflètent quelque chose qui touche le cœur et la vie quotidienne des gens. Des fois, ce sont les seuls canaux de communication disponibles dans certaines localités pour transmettre les comportements sains à adopter. Les supports imprimés les plus efficaces restent notamment les bâches, les affiches, et les banderoles.

Communication interpersonnelle et canaux sociaux

Les différentes interventions sur terrain ont démontré que la communication face-à-face reste le moyen le plus approprié pour les communautés afin d'augmenter leur connaissance, les pousser à avoir une perception/attitude positive et à adopter des comportements favorables, notamment dans le domaine de l'eau, de l'assainissement et de l'hygiène.

Les Directions Régionales de l'Eau, de l'Assainissement et de l'Hygiène sont des antennes et leaders du secteur au niveau des 22 régions. Ils constituent un appui et un vecteur de communication, essentiels pour la demande d'infrastructures en eau et en assainissement ainsi que pour la promotion des pratiques d'hygiène au niveau des ménages. Leur présence et leurs rôles sur le comportement au niveau des communes et chefs Fokontany constituent un facteur d'écoute et d'influence au niveau des structures décentralisées pour plaider la cause de l'Eau, de l'Assainissement et de l'Hygiène, et pour renforcer la mobilisation administrative auprès des preneurs de décisions décentralisées.

Les consultations régionales effectuées par l'UNICEF en 2013 ont montré que les chefs Fokontany et les membres du comité du Fokontany sont les plus écoutés au niveau des communautés. Une bonne partie de la population n'ayant pas accès à l'information, les chefs de Fokontany et les membres de ces comités peuvent être de bons appuis. Leur influence sur le comportement de la population couvre presque tous les domaines sociaux (éducation, santé, eau/assainissement et hygiène, protection des enfants et des femmes contre la violence, ...). Il y a près de 17 500 chefs Fokontany dans tout Madagascar. Ils sont regroupés en diverses associations et s'organisent de façon variée selon le milieu et à tous les niveaux (ex : association des femmes chefs Fokontany dans un district, association des chefs Fokontany dans une commune ou dans une région, ...).

L'on peut aussi s'appuyer sur les relais communautaires comme source de communication la plus fréquente et la plus accessible par les communautés. Le secteur de l'Eau, de l'Assainissement et de l'Hygiène n'a pas de relais communautaires propres au niveau des villages et Fokontany, mais travaillent avec les agents communautaires (AC) au même titre que le Ministère de la Santé Publique. Il est important que les agents communautaires soient formés pour renforcer leurs acquis et pour s'assurer de la qualité des

messages diffusés. On gagnerait également à leur fournir les outils nécessaires et le moyen de les identifier pour rassurer les ménages. Par ailleurs, dans le secteur WASH, l'existence des ACC (Assistant Coach Communal) et des Coach (au niveau des régions et districts) dans certaines régions de Madagascar a permis de faire une avancée considérable dans la participation communautaire, notamment dans le cadre du CLTS (Community-Led Total Sanitation), mais également au niveau du secteur en général.

En outre, on retrouve généralement dans toutes les régions que les chefs religieux, les « *vato nasondrotry ny tany* » (diaspora local), et les leaders traditionnels (*Tangalamena, Lonaky, ...*) constituent un appui non négligeable. Ils ont aussi leur poids et leur influence au niveau des communautés malgaches en général, surtout si les comportements recommandés touchent la tradition et les habitudes ancestrales. Dans une société marquée par le respect des traditions et des « *Raiamandreny* » (parents), ils vont faciliter le travail des agents communautaires et des autres acteurs de mobilisation dans la promotion des comportements souhaités.

Par ailleurs, force est de constater que les manifestations culturelles et sportives organisées au niveau local constituent un attrait important pour les gens, notamment au niveau rural, surtout si elles impliquent les célébrités et les artistes qui sont écoutées par la population : théâtres, spectacles, manifestations liées à la circoncision, à l'histoire biblique, aux événements autour du retournement des morts, carnivals culturels suivis des animations de promotions sur la pratique EAH...

Enfin, à Madagascar, plusieurs canaux sociaux sont très utilisés et s'avèrent efficaces pour une mobilisation des communautés, tels que les « *allo allo* » (utilisant différents moyens comme les mégaphones, les tam tam sono mobile, toutes formes de projection vidéo, feuillets, programmes radiophoniques etc...), la communication bouche à oreille, les crieurs (utilisant ou non les sifflets), les groupes d'écoute, les théâtres participatifs, les dialogues communautaires, les points d'écoute et les autres formes de communication propre à chaque localité comme les « *antsiva* », etc...

Note :

Les éléments de cette analyse de la situation confirment la principale idée dégagée par le modèle socio-écologique. Ce modèle soutient que les comportements individuels et les actions collectives sont influencés par l'environnement socio-économique et politique, par les structures de la société, par les normes sociales et par les croyances culturelles. De façon spécifique, 5 niveaux de déterminants de comportements sont distingués selon ce modèle :

- **Déterminants au niveau individuel** : niveau d'instruction, connaissances, attitudes, perception, croyances, pratiques
- **Déterminants au niveau interpersonnel** : influence des pairs, normes sociales, familles, amis, réseaux sociaux
- **Déterminants au niveau communautaire** : intégration communautaire, capacité communautaire, relations entre les groupes communautaires
- **Déterminants au niveau organisationnel** : capacité organisationnelle, structure organisationnelle, relations au sein de l'organisation ou de l'entité sociale
- **Déterminants au niveau environnemental et politique** : politique et législation au niveau local, construction d'un environnement favorable, questions de sécurité, ...

2. OBJECTIF GENERAL

Promouvoir les pratiques familiales essentielles relatives à l'Eau, à l'Assainissement et à l'Hygiène, auprès des ménages et des communautés afin de :

- Contribuer à l'augmentation du taux d'utilisation de l'eau potable à Madagascar vers la fin 2020(47,57%)
- Éliminer de la pratique de la défécation en plein air à Madagascar vers la fin 2019 (99.99%)
- Promouvoir les pratiques d'hygiène essentielles auprès des familles et des communautés.

3. OBJECTIFS SPECIFIQUES DE COMPORTEMENT

3.1. COMPORTEMENT 1 : UTILISATION D'EAU POTABLE

- Les ménages utilisent une source améliorée d'eau potable plutôt que les sources d'Eau extérieures ou douteuses (eau de surface, ...)
- Les chefs de famille sont prêts à payer les services de l'eau pour garantir sa pérennité.
- Les ménages traitent l'Eau avant toute consommation s'il n'y a pas de sources d'Eau potable et/ou améliorées, en :
 - ✓ Utilisant des produits de purification de l'Eau (exemple : SUREAU ou similaire) ;
 - ✓ Filtrant l'Eau avant de la boire (exemple : utilisation de filtre céramique, composite, sable, ...) ;
 - ✓ Utilisant la désinfection solaire (SODIS*) ;
 - ✓ Faisant bouillir l'Eau avant de la boire et de la donner à boire à l'enfant.
- Les ménages transportent et conservent l'Eau potable/purifiée dans un récipient propre avec un couvercle.

*SODIS :

- ✓ Prendre une bouteille (de type PET) propre en plastique et enlever le papier qui est autour ;
- ✓ Remplir jusqu'au ¾ de la bouteille avec de l'eau ; bien agiter, puis jeter l'eau ;
- ✓ Remplir à nouveau jusqu'à ce que la bouteille soit pleine d'eau, et bien la couvrir ;
- ✓ Exposer au soleil sur le toit ou équivalent pendant 6 heures.

3.2. COMPORTEMENT 2 : UTILISATION DE LATRINES

- Les chefs de ménage construisent une latrine étanche et hygiénique pour l'usage de la famille en :
 - ✓ Utilisant une dalle étanche avec couvercle pour éviter la circulation des mouches ;
 - ✓ Utilisant les matériaux de construction disponibles localement pour fabriquer la dalle ;
 - ✓ Assurant la bonne circulation de l'air ;
 - ✓ Installant un dispositif de lavage des mains à côté de la latrine construite ;

Connaissant et respectant les règles et les normes pour la construction des latrines hygiéniques ou « Fly-proof » et suivant la discipline locale (Fokontany) pour une maîtrise de la gestion des excréta ;

- Les membres du ménage abandonne la défécation en plein air et utilisent une latrine pour faire ses besoins tout en :
 - ✓ Lavant les mains avec du savon ou avec des cendres après avoir fait leurs besoins ;
 - ✓ Utilisant des cendres après chaque utilisation de la latrine pour éviter les mauvaises odeurs ;
 - ✓ Nettoyant la dalle régulièrement avec de l'eau.

En milieu urbain, en plus des comportements évoqués précédemment, les ménages :

- ✓ Préservent les réseaux d'assainissements domestiques (égouts d'évacuation, regards et puisards) des excréta et veillent à les garder propres. Participent à la vidange systématique des puisards ou autre décharge similaire des excréta.

3.3. COMPORTEMENT 3 : LAVAGE DES MAINS AVEC DU SAVON/DES CENDRES PENDANT LES MOMENTS CLÉS DE LA JOURNÉE

- Les membres du ménage lavent leurs mains avec de l'eau et du savon/ou des cendres pendant les moments clés de la journée :
 - ✓ Avant de préparer à manger ;
 - ✓ Avant d'allaiter le bébé ;
 - ✓ Avant de nourrir l'enfant ;
 - ✓ Avant de manger ;
 - ✓ Après la défécation ;
 - ✓ Après avoir changé le bébé ;
 - ✓ Après avoir joué.
- Les ménages utilisent un dispositif de lavage des mains (eau, savon)

3.4. COMPORTEMENT 4 : GESTION DE L'HYGIÈNE MENSTRUELLE

- Les filles/femmes pratiquent leur toilette intime hygiénique au moins 3 fois par jour pendant les jours de la menstruation;
- Après usage, les filles et les femmes prennent l'habitude de laver leurs serviettes hygiéniques avec de l'eau propre et du savon, les sèchent ensuite au soleil et les conservent dans un endroit approprié pour éviter une contamination bactérienne ;
- Les femmes et les hommes ne considèrent plus la menstruation comme un sujet tabou, ni comme une maladie, ni comme un sujet honteux.
- Le ménage alloue un budget pour l'achat des kits d'hygiène menstruelle.

3.5. COMPORTEMENT 5 : GESTION DES ORDURES MÉNAGÈRES

- Les ménages mettent leurs ordures dans les bacs à ordures sur les lieux publics ou dans une fosse à ordures ménagère
- Les ménages utilisent une fosse à ordures ménagères et les incinèrent régulièrement
- Les ménages font le tri de leurs ordures ménagères pour de fins utiles telles que le compostage, favorable à une activité économique créatrice d'emplois et génératrices de revenus (cultures).

3.6. COMPORTEMENT 6 : GESTION DES EAUX USÉES ET EAUX PLUVIALES

- Les ménages filtrent les eaux d'usage domestique avant de les évacuer dans les canaux d'évacuation domestique.
- Les ménages participent à la valorisation des eaux usées qui peuvent parfois permettre d'autres usages (arrosage, ...).
- Les ménages vident les eaux stagnantes pour prévenir les gîtes larvaires
- Les ménages créent un puisard ou autre similaire pour améliorer l'accès aux systèmes de rejet d'eaux usées domestiques.

4. STRATÉGIES DE COMMUNICATION

4.1. PRÉ-REQUIS POUR LA RÉALISATION DU PNCOM WASH

Afin d'aboutir efficacement aux objectifs de comportement fixés plus haut, il est important de noter que les conditions suivantes sont requises :

- Réalisation d'un plaidoyer pour un impact comportemental à l'endroit des décideurs au plus haut niveau pour :
 - ✓ une forte implication et volonté politique sur la cause de l'eau, de l'assainissement et de l'hygiène
 - ✓ une synergie d'action gouvernementale pour le secteur Eau, Assainissement et Hygiène, notamment avec le Ministère de la Santé Publique, le Ministère de l'Éducation Nationale, le Ministère de l'Intérieur et de la Décentralisation, le Ministère de la Jeunesse et des Sports, et le Ministère de la Communication et des Relations avec les Institutions...
 - ✓ une plus forte implication et engagement des partenaires techniques et financiers

- Mise en place d'une collaboration franche et une coordination efficace des interventions de communication par tous les partenaires du secteur eau, hygiène et assainissement, sous le leadership fort du Ministère de l'Eau, de l'Énergie et de l'Hydrocarbure. Disponibilité des données et recherches complémentaires dans le domaine de l'Eau, de l'Assainissement et de l'Hygiène pour pouvoir alimenter un peu plus les stratégies à adopter qui vont orienter les actions.

COMPORTEMENT	PISTES DE STRATEGIE
<p>Utilisation d'eau potable</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Focus sur la promotion du traitement de l'eau pour les ménages qui n'ont pas encore accès à l'eau potable • Privilégier les messages persuasifs –démontrant les avantages et les risques par rapport à chaque comportement –plutôt que de rester sur les messages informatifs. Renforcer les arguments pour convaincre les familles et augmenter la perception sur la vulnérabilité. • Porter une attention particulière à la population dans les zones rurales. • Mettre l'accent sur la perte de temps (manque de productivité) et d'argent causée par les maladies, et informer sur les avantages d'être en bonne santé grâce à l'usage et la consommation d'eau potable. • Faire une communication consistante et continue sur l'utilisation d'eau potable • S'assurer que les services sont disponibles ou seront en place avant d'entamer des actions de communication liées à ces services. • Travailler un peu plus avec les agents de proximité comme les agents communautaires. • Spécifier un peu plus les interventions par rapport à chaque région. Une attention particulière doit être apportée aux régions Sud de Madagascar. • Identifier des gens du littoral ou du proche littoral pour témoigner et servir d'exemple aux autres communautés pour le traitement de l'eau. Cela permet aussi de mieux comprendre pourquoi ils agissent ainsi. • S'appuyer sur les écoles comme vecteur de l'adoption des comportements WASH souhaités. • Renforcer la collaboration avec les radios pour véhiculer efficacement les messages liés à l'adoption des comportements clés WASH. • Travailler avec les relais communautaires pour assurer la communication interpersonnelle sur les pratiques WASH. • Impliquer et engager les autorités locales, religieuses et traditionnelles dans la mobilisation sociale pour l'adoption des comportements clés WASH (surtout maires et chefs Fokontany). • Informer un peu plus les ménages sur les risques sur la santé si on ne traite pas l'eau de source douteuse avant de la boire. • Faire comprendre aux ménages leur vulnérabilité ainsi que la gravité de la maladie liée à la consommation d'eau non bouillie, par l'utilisation de supports • Organiser des actions de sensibilisation autour des fleuves et des rivières ou près des puits. • Impliquer les leaders traditionnels pour discuter et soulever les questions de tabous autour de l'utilisation d'eau potable dans certaines régions comme à Anosy, notamment dans les dialogues communautaires. • Insérer systématiquement des argumentations et des moyens de convaincre dans les outils donnés aux mobilisateurs (maires, agents communautaires, ...) en plus de leurs propres manières de convaincre.
<p>Utilisation de latrine</p>	<p>Utiliser simultanément des canaux de communication multiples :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifier des communicateurs personnels très influents (leaders traditionnels ou simples chefs de famille) pour dialoguer et relever les raisons derrière les « fady » et les contourner vers l'adoption de l'utilisation de latrine. • Impliquer les hommes dans la construction des latrines pour stimuler le changement de comportement des autres membres de la famille. • Insérer systématiquement des argumentations et des moyens de convaincre parmi les outils donnés aux mobilisateurs (maires, agents communautaires, ...) en plus de leurs propres manières de convaincre. • Utiliser des supports visuels comme les affiches pour inciter un peu plus l'adoption d'un comportement clé donné et toucher une masse de population.

Adopter une approche adaptée à la réalité sur terrain :

- Stimuler la motivation des ménages à construire les latrines, c'est-à-dire agir sur le vouloir et non pas sur le pouvoir.
- Accentuer les messages persuasifs : ne pas se cantonner aux messages informatifs.
- Considérer les spécificités régionales avant d'entreprendre des actions de mobilisation.
- Valoriser la volonté des communautés lors des actions de mobilisation.
- Valoriser l'existence des structures existantes œuvrant sur terrain, tels que les ONGs, agences de mise en œuvre, ...

Mettre en exergue les avantages d'usage des latrines :

- Améliorer la perception des ménages sur le dialogue communautaire en ressortant les bienfaits des latrines (moins de maladies = moins de coûts, plus de propreté, plus de sécurité pour les ménages, notamment les femmes, les filles et les enfants ;
- Faire une démonstration au niveau des écoles et des parents d'élèves, vecteurs de messages, qui émettent à leur tour les avantages de la pratique recommandée.
- Solliciter les témoignages sur les avantages de l'usage des latrines.
- Faire participer et encourager les ménages à respecter l'environnement et le plan d'urbanisme, à créer une latrine par ménage, une fosse septique et un puisard suivant les codes existants.

Accentuer les messages accés sur la possibilité de valoriser les excréta, sur la compréhension des excréta comme une source de revenus :

- Favoriser l'organisation de VAD pour conscientiser les ménages sur l'utilisation de toilettes familiales et publiques et faire en sorte qu'ils propagent cette pratique à l'extérieur de leur foyer et auprès des communautés.
- Engager et associer les autorités locales ainsi que les leaders traditionnels dans les actions de communication en faveur de l'utilisation des toilettes publiques et individuelles, les normes de construction d'infrastructures d'assainissement.
- Solliciter l'appui des entreprises professionnelles dans le domaine de la gestion des excréta pour appuyer la valorisation des excréta.
- Axer la sensibilisation sur l'information et la conscientisation de la population sur les conséquences néfastes des excréta éparpillés dans la nature, autant sur l'environnement, la santé que le cadre de vie des citadins. Impliquer les ménages dans tout le processus de mise en œuvre des projets d'assainissement du cadre de vie. Stimuler l'adhésion des ménages à contribuer financièrement, matériellement, en main-d'œuvre et en appui conseil à la mise en place de nouveaux systèmes de gestion des excréta dans les quartiers.

Lavage des mains avec du savon/cendre

- **Identifier les sources de problèmes :** consulter sur terrain les communautés pour identifier leurs contraintes.
- **Renforcer la stratégie de communication :**
 - Stimuler la collaboration entre les médias pour une diffusion efficace.
 - Solliciter les groupes de femmes dans la promotion des Lavages des Mains avec du Savon.
 - Utiliser les supports imprimés pour stimuler et interpeller les communautés.
 - Stimuler les communautés à initier des réponses locales par rapport aux alternatives de produits à utiliser pour se laver les mains (exemple : le cendre). Il faut aussi inclure une participation active des enfants pour démontrer la simplicité de la pratique : augmenter la disponibilité et proximité des dispositifs de Lavage des Mains avec du Savon (tippy-tap) près de la latrine à l'école, à la maison, à l'Eglise, ...
 - Stimuler les parents d'écoles à avoir ce réflexe du lavage des mains en les faisant pratiquer dès la petite enfance.
 - Sensibiliser les parents, notables, et AC ainsi que les enseignants à être des modèles pour véhiculer cette bonne pratique auprès des communautés.
 - Encourager et soutenir la culture du LMS auprès des ménages ayant déjà

	<p>approprié cette bonne pratique.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Souligner les risques de non adoption de la pratique : <ul style="list-style-type: none"> ○ démontrer les risques sanitaires et chiffrer les pertes économiques et humaines associées à des mains sales. ○ Favoriser les discussions afin d'augmenter la perception sur le fait que les mains sales sont des vecteurs de maladies
<p>Gestion de l'hygiène menstruelle</p>	<p>Identifier les véritables problèmes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mener des études afin de recueillir les pratiques actuelles concernant la gestion de l'hygiène menstruelle ; <p>Renforcer la stratégie de communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stimuler la collaboration entre les médias pour une diffusion efficace. • Solliciter la participation des groupes de femmes dans la promotion de la gestion de l'hygiène menstruelle au sein des communautés. • Promouvoir les règles d'hygiène pendant les périodes de menstruation à travers l'élaboration d'outils de communication adaptés. • Renforcer la collaboration avec les écoles pour mieux diffuser les supports et transmettre les messages aux jeunes filles. <p>Organiser une campagne de lancement et de mobilisation annuelle de la GHM : par des créations ou valorisations des outils de communication (boite à images, guide de l'hygiène menstruelle, diffusion des spots vidéo et audio), mise en place d'une structure locale de canaux incluant organismes et autorités.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adopter une approche plus adaptée à la réalité sur terrain : Fournir plus d'informations et améliorer la compréhension des mères de familles et jeunes filles sur la gestion de l'hygiène menstruelle à Madagascar ; • Stimuler la prise de responsabilité des mères de famille sur l'éducation des filles, notamment face aux risques encourus dus à la négligence de l'hygiène menstruelle. • Appuyer la mise en place d'infrastructures adéquates pour la bonne gestion de l'hygiène menstruelle (institutions amies de WASH) grâce à une communication renforcée. • Mobiliser les partenaires pour œuvrer ensemble dans la gestion de l'hygiène menstruelle, et ce, en créant des supports d'informations pertinents et adaptés.
<p>Gestion des ordures ménagères</p>	<p>En milieu rural et urbain :</p> <p>Privilégier une campagne sociale et institutionnelle sur l'éducation et la sensibilisation des citoyens en matière de gestion et de traitement de déchets :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Élargir les campagnes de sensibilisation de manière à pouvoir toucher la population malagasy à grande échelle dans le but de réduire la prolifération des ordures, de former sur les techniques de triage et recyclage et sur la valorisation des ordures ménagères (compostage) ; • Vulgariser les bonnes pratiques d'hygiène environnementale, surtout pendant la saison de moisson. • Mobiliser les partenaires dans la gestion et l'opérationnalisation des services d'assainissement en faveur de la gestion des déchets. • Stimuler la participation des jeunes scolaires dans la préservation des maladies hydriques à travers les programmes d'informations des médias et des programmes de civisme dans le programme scolaire.
<p>Gestion des eaux usées et eaux pluviales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mener des actions pour conscientiser les ménages sur les risques sanitaires dus aux eaux usées (campagnes d'information, de formation et de sensibilisation). • Intensifier la conscientisation des ménages et des jeunes scolaires sur les risques apportés par les maladies hydriques et sur la préservation de l'environnement comme une intervention sanitaire efficace à travers les programmes d'informations des médias, des programmes de civisme dans le programme scolaire.

4.3. ACTIONS INTÉGRÉES DE COMMUNICATION

À partir de l'analyse de la situation, l'on peut dégager les actions intégrées de communication pour motiver les familles et les communautés, les habiliter et les soutenir/encourager à adopter les comportements attendus. Dans ce cadre, 4 approches sont privilégiées :

- **Le plaidoyer** (à l'endroit des décideurs, des faiseurs de lois, des planificateurs et responsables de programmes, des leaders communautaires...)
- **La mobilisation sociale** (engageant les leaders nationaux et communautaires, les groupes communautaires, les partenaires publics et privés, les personnes influentes locales, les organisations de base, ...)
- **La communication pour le changement social** (impliquant les groupes d'individus dans les communautés)
- **La communication pour le changement de comportement** (en faisant participer les individus, les familles, les ménages et les petits groupes comme les groupes de mères de famille)

Les éléments suivants sont ainsi pris en compte dans la stratégie :

- **Utilisation des canaux de communication multiples** : même message à véhiculer à travers différents canaux pour pouvoir atteindre tous les ménages avec tous les moyens disponibles et possibles
- **Participation de tous les groupes d'acteurs, notamment les communautés** : implication et engagement des communautés pour les habiliter à prendre en charge leur propre développement, pour avoir leur appropriation, ainsi que pour garantir la pérennisation et le maintien du comportement positif
- **Planification et intervention basée sur les évidences** : adaptation des stratégies selon les faits et les retours d'expérience ; spécification des actions de communication par rapport au contexte et aux réalités de chaque zone d'intervention.

Les actions intégrées de communication, retracées dans le tableau ci-dessous, sont focalisées sur 5 axes stratégiques principaux :

- **Mobilisation administrative**
- **Relations publiques/Promotion médiatique**
- **Mobilisation communautaire**
- **Communication interpersonnelle**
- **Promotion des services**

AXES STRATÉGIQUES	GROUPES PARTICIPANTS	ACTIONS DE COMMUNICATION
Mobilisation administrative	<ul style="list-style-type: none"> Personnel MEEH à tous les niveaux : national, régional Ministère de l'Éducation Nationale (à tous les niveaux), Ministère de la Santé Publique (à tous les niveaux) Ministère de l'Intérieur et de la Décentralisation à tous les niveaux 	<ul style="list-style-type: none"> Le Ministre de l'Eau, de l'Energie et des Hydrocarbures avisera tous les membres du personnel du MEEH sur l'existence de la stratégie nationale de communication pour la promotion des comportements clés WASH ainsi que sur leurs rôles respectifs dans la mise en œuvre de cette stratégie, en leur envoyant un mémorandum administratif. Un mémo dans le même genre (co-signé par le Ministre de l'Éducation Nationale) devrait être envoyé à tous les employés du Ministère de l'Éducation Nationale. Il sera axé sur la promotion des pratiques clés WASH au niveau des écoles. Il en est de même avec le Ministère de la Santé Publique, à envoyer jusqu'aux centres de santé de base. Un memo co-signé par le Ministre de l'Intérieur et de la Décentralisation sera aussi adressé aux chefs de région, aux préfets, aux chefs districts, aux maires et aux chefs Fokontany, mentionnant la collaboration attendue des structures administratives à tous les niveaux pour la mobilisation sociale pour l'adoption des comportements clés WASH. Un kit de mémo pour chaque comportement sera élaboré et vulgarisé auprès de tous les employés des Ministères gouvernementaux et des responsables et structures administratives décentralisées (Région, District et Communes) pour une compréhension et conscientisation des messages WASH et pour l'adoption des comportements WASH. Les réunions interministérielles, les réunions du personnel ainsi que les évènements nationaux et régionaux seront aussi mis à profit pour renforcer la mobilisation administrative dans la mesure du possible.
Relations Publiques / Promotion médiatique/Publicité	<ul style="list-style-type: none"> Medias publics et privés, population en général Familles, communautés 	<ul style="list-style-type: none"> Conférence de presse de lancement de la promotion des comportements clés WASH, suivie d'une série de conférences de presse lors des journées mondiales (JME, JMLMS, JMT, JMHM...), couvrant les aspects clés des messages relatifs aux comportements recommandés et de leur justificatif, incluant un partage de quelques « human success stories » dans la mesure du possible. Les communiqués de presse liés à la promotion des comportements EAH seront reportés par le biais des conférences de lancement, de réunions, de site web du MEEH. Des émissions interactives sur WASH seront produites et diffusées régulièrement et de façon continue par les journalistes/animateurs TV/radio à partir des descentes sur terrain. Ils seront accompagnés par l'équipe du Ministère de l'Eau, de l'Energie et des Hydrocarbures et de ses partenaires. Ces émissions peuvent relever les

		<p>témoignages, la perception et les vécus de la population en termes de WASH, mettre en valeur les initiatives locales, et documenter la situation relative au WASH sur terrain.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un paquet de supports audiovisuels sera produit, mettant en avant chaque comportement clé WASH : vidéo, spot, chanson/clip... et avec un plan de diffusion bien défini. • Une newsletter trimestrielle sera conçue et mise en ligne par le MEEH pour valoriser les actions intégrées de communication WASH par comportement. • Des vidéos de réalisations par comportement EAH et des outils sur l'EAH seront conçus et diffusés dans les réseaux sociaux du MEEH. • Une campagne médiatique pour chacun des comportements clés WASH sera organisée selon un planning bien défini durant l'année. Pendant ces campagnes de communication, des sms sur les messages clés WASH seront envoyés à tous les utilisateurs de téléphone mobile selon un plan d'envoi bien déterminé.
<p>Mobilisation communautaire</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Maires, Chefs Fokontany, leaders communautaires, groupes communautaires influents • Familles, communautés • Membres de la communauté 	<ul style="list-style-type: none"> • Approche CLTS • Réunion de plaidoyer respectivement à l'intention des autorités locales (notamment les maires), des leaders communautaires ainsi que des associations ou groupes communautaires influents (ex : associations des femmes, associations des jeunes, ...), pour stimuler leur participation et leur pleine implication dans la création de la demande, la participation communautaire et la promotion des pratiques essentielles WASH auprès des communautés. Les maires devront à leur tour mobiliser les chefs Fokontany dans ce sens ; même chose pour les groupes communautaires qui vont mobiliser leurs pairs et effectuer des actions de communication auprès de ceux à qui ils ont une influence au niveau de la communauté. • Chaque mois, à chaque réunion de Fokontany, le Président de Fokontany inscrira le thème de WASH à son ordre du jour et prévoira une discussion de 15 minutes sur les comportements recommandés. Ces discussions devraient mettre en avant l'importance des comportements recommandés et les barrières éventuelles à l'adoption des comportements par les ménages. Elles porteront sur les clés de communication. Des témoignages pourront être organisés pendant ces réunions. Il y aura aussi une reconnaissance sociale des bonnes initiatives sur WASH. Enfin, ce sera aussi une opportunité pour échanger des informations et répondre aux questions des participants sur WASH. On peut motiver les Fokontany en offrant un certificat ou une reconnaissance publique pour les Fokontany les plus engagés. • En fonction du besoin spécifique au niveau des communautés, des dialogues communautaires devraient être organisés pour stimuler une discussion plus approfondie entre les membres de la communauté afin de ressortir une décision et un plan convenu entre eux en vue de leur propre développement concernant une

	<p>Familles, communautés</p> <ul style="list-style-type: none"> Familles, communautés 	<p>thématique bien déterminée.</p> <ul style="list-style-type: none"> Manifestations culturelles : concours ou spectacles de chansons traditionnelles ou modernes véhiculant les messages clés WASH dans les paroles (des banderoles peuvent être produites en appui pour attirer plus de gens à y participer) ; une collaboration avec un ou des artistes célèbres peut aussi être initiée. Tam tam sono mobile (ou allo allo), vidéo mobile (en organisant des séances de projection des spots et/ou chansons et/ou autres émissions WASH dans les zones ciblées).
<p>Communication interpersonnelle</p>	<ul style="list-style-type: none"> Familles, communautés Enfants, élèves Parents, Familles 	<ul style="list-style-type: none"> Série de visites à domicile et de réunions de groupe effectuées par les agents communautaires : <ul style="list-style-type: none"> Annuellement, donner un certificat de remerciement et/ou un message de remerciement et d'encouragement aux AC travaillant sur la promotion des comportements clés WASH en général (par sms ou par d'autres canaux écrits) Organiser une formation en CIP des AC avec une orientation complète thématique (en passant par les ACC et les coaches qui vont les appuyer et assurer le suivi) Faire au moins une revue trimestrielle entre les AC travaillant sur WASH : échange d'expérience, remerciement, motivation, suivi formatif Fournir les outils nécessaires pour les AC : fiche d'information, guide CIP, guide de messages WASH avec les clés de communication, canevas de rapportage et de suivi, boîte à image, affiche, cahier de visite, gilet ou badge Programme de participation scolaire spéciale impliquant tous les élèves de toutes les écoles primaires publiques. Les enfants feront eux-mêmes de la « vente personnelle » les uns avec les autres à travers des discussions en classe et hors classe, et avec leurs familles, en partageant les informations sur les comportements clés WASH dans leur foyer. Une discussion hebdomadaire sur ces comportements sera également effectuée en classe. Cela pourrait être matérialisé par la mise en place des clubs WASH dans les écoles.
<p>Promotion des points de service</p>	<ul style="list-style-type: none"> Familles, communautés Familles, communautés 	<ul style="list-style-type: none"> Dans les différents endroits fréquentés par les familles et les communautés, des affiches (de préférence, Grand format A1) présentant les messages WASH seront placardées bien en vue : centres de santé, écoles, bureaux publics, bureaux du Fokontany, places du marché. Des plaques d'indication avec les messages WASH gagneraient aussi à être mises en place au niveau des infrastructures de l'eau.

Partenariat	<ul style="list-style-type: none"> • Radios et TV • Ministère de la Communication et des Relations avec les Institutions • Opérateurs téléphoniques • Réseaux communautaires actifs et influents • Secteur privé 	<ul style="list-style-type: none"> • Partenariat avec les radios locales et avec les chaînes nationales ; mise en place d'un réseau de journalistes/animateurs radio/TV amis de WASH. Des concours à l'endroit des médias pourraient aussi être organisés pour les motiver à produire et à diffuser un peu plus d'émissions de qualité sur WASH. • Partenariat avec un ou des opérateurs de téléphonie mobile pour véhiculer régulièrement et en période de campagne les messages clés WASH • Partenariat à une plus large échelle avec les associations scouts ou autres réseaux communautaires actifs (réseaux de femmes, de jeunes, ...) selon les spécificités de chaque région dont la participation aux activités de promotion des comportements clés WASH sera définie dans le cadre d'une micro-planification. • Partenariat avec le secteur privé (banque, compagnies de supermarché, compagnies aériennes, opérateurs touristiques, ...). Ces partenaires seront invités à financer différentes composantes du Plan de communication WASH proposé (tels que donner des cadeaux aux volontaires, aux journalistes, ...).
--------------------	---	---

5. MESSAGES ET CLES DE COMMUNICATION (arguments pour convaincre les familles et les communautés)

Utilisation et traitement de l'eau

Utiliser les infrastructures d'eau améliorées plutôt que les sources d'eau extérieures ou douteuses (eau de surface, puits, ...) pour assurer la santé et le bien-être de la famille

- ✓ Seules les infrastructures d'eau octroient une source d'approvisionnement sûre pour la famille
- ✓ Il y a une différence claire entre l'eau de rivière et l'eau disponible à travers les infrastructures mises en place : avec l'eau de rivière, on risque la contamination des microbes qui sont pathogènes (entraînant différentes sortes de maladies : diarrhéiques, infectieuses, ...); tandis que l'eau des infrastructures mises en place est potable et offre une meilleure qualité
- ✓ La disponibilité des points d'eau est favorable pour les ménages : cela fait gagner du temps pour les autres tâches ménagères, facilite le respect des règles basiques d'hygiène par les membres de la famille, c'est plus confortable et son utilisation n'est pas complexe
- ✓ Les familles peuvent avoir accès à l'eau à domicile en demandant un branchement particulier, mais il faut qu'ils paient.
- ✓ L'utilisation des infrastructures d'eau potable prévient des maladies comme la bilharziose.

Se préparer à payer les services de l'eau au fermier pour garantir sa maintenance et sa pérennité pour toutes les générations

- ✓ Payer le service de l'eau équivaut à assurer la pérennisation de l'accès à l'eau potable pour toute la famille
- ✓ La pérennisation des infrastructures de l'eau assure la pérennisation de l'accès à l'eau potable jusqu'à la descendance et aux générations futures. C'est un privilège dont on jouit, mais c'est également un héritage qu'on laisse à la descendance.
- ✓ La santé et le bien-être de la famille et de la communauté a une valeur inestimable par rapport au prix qu'on paie pour le service de l'eau.
- ✓ L'argent investi dans l'eau potable est moindre par rapport au coût des médicaments, des transports vers les centres de santé et des frais médicaux en cas de maladie causée par l'utilisation de l'eau venant d'une source douteuse
- ✓ Ce n'est pas l'eau qu'on achète, mais c'est le service de l'eau.
- ✓ Payer le service de l'eau cadre dans la loi en vigueur (code de l'eau).
- ✓ La gestion de l'eau par les communautés a montré ses limites en termes de pérennisation et de gestion rationnelle de l'eau.
- ✓ Le fermier qui va venir est un professionnel. Il garantit la pérennisation des infrastructures de l'eau.
- ✓ L'existence de fermier va éviter la coupure de l'eau pendant longtemps. Le fermier pourra agir vite pour réparer la panne éventuelle des infrastructures en place pour que la population n'attende pas des mois sans accès à l'eau potable, ce qui a été le cas dans certains sites lors de la gestion communautaire des points d'eau.
- ✓ Gouter l'eau, participer au fonctionnement du système
- ✓ Les autres villages l'ont déjà adopté, pourquoi pas nous ?

Traiter l'eau avant toute utilisation dans le foyer dans le cas où le ménage n'utilise pas l'eau d'une PMH, de puits protégés ou de réseaux d'eau potable pour assurer la santé et le bien-être de la famille

- ✓ L'eau non traitée contient des germes / bactéries / matières fécales et faire boire cette eau non traitée à l'enfant revient à lui donner les matières fécales et les bactéries qui pourraient causer la diarrhée et entraîner éventuellement la mort.
- ✓ L'ébullition, la filtration, l'utilisation de l'eau de Javel ou d'autres produits à base de chlore (SUREAU ou similaire), et la désinfection solaire tuent les germes / bactéries et rendent l'eau potable.
- ✓ L'utilisation de l'eau potable prévient des maladies comme la bilharziose.
- ✓ Malgré son aspect limpide, l'eau peut-être souillée et impropre à la consommation sans risque. Avec des traitements et des préventions, l'eau est potable et consommable.

Conserver, stocker et transporter l'eau purifiée dans un récipient propre avec un couvercle pour le préserver de la pollution. Protéger les sources et les puits pour la préserver de la pollution.

- ✓ Cela ne sert à rien de purifier l'eau si on ne le couvre pas avec un couvercle approprié pour la protéger des impuretés, car elle risque d'être contaminée de nouveau. Assurer la protection des points d'eau est une bonne manière d'éviter tout risque de maladie pour la famille et pour la communauté.

Lavage des mains avec du savon/des cendres

Laver les mains avec de l'eau et du savon/ou avec des cendres pendant les moments clés de la journée pour garantir la santé de la famille :

- ✓ Avant de préparer à manger ;
- ✓ Avant d'allaiter le bébé ;
- ✓ Avant de nourrir l'enfant ;
- ✓ Avant de manger ;
- ✓ Après la défécation ;
- ✓ Après avoir changé le bébé ;
- ✓ Après avoir joué.

Utiliser et entretenir un dispositif de Lavage des Mains (DLM) visible à tout moment afin d'accommoder la famille au lavage des mains avec du savon

- ✓ L'adoption du comportement relatif au lavage des mains est en rapport avec la prévention de la diarrhée chez les enfants.
- ✓ La diarrhée peut entraîner la mort, mais les diarrhées persistantes affectent aussi l'état nutritionnel de l'enfant (étant donné que les aliments ne sont pas absorbés par le corps, mais se perdent dans les selles abondantes de la diarrhée). Sans une nutrition adéquate, le cerveau de l'enfant ne peut pas se développer, ce qui affectera son éducation et son développement dans le futur. À cause des diarrhées persistantes, l'enfant ne se développera pas en personne intelligente et saine.
- ✓ Le rinçage des mains et des doigts avec de l'eau peut éliminer les saletés visibles, mais les germes invisibles peuvent rester sur les mains. Le rinçage simple à l'eau ne permet donc pas d'éliminer tous les microbes qui ne sont pas visibles à l'œil nu/ C'est pourquoi, il faut utiliser du savon ou des cendres pour le nettoyage approprié des mains.
- ✓ Se laver les mains avec du savon et de l'eau pendant les moments clés peut devenir un réflexe au fur et à mesure que l'on s'y habitue.
- ✓ Le lavage des mains avec du savon prévient des maladies comme la Poliomyélite, le choléra, la typhoïde, etc...
- ✓ Se procurer de l'eau et du savon quotidiennement et régulièrement pour toute la famille pour le lavage des mains peut être coûteux pour le foyer, mais cela vaut la peine de le faire pour la santé et le bien-être de toute la famille.
- ✓ Le dispositif à mettre en place peut se faire à partir des moyens simples disponibles au niveau du foyer
- ✓ Le dispositif peut être confectionné à partir des matériels peu coûteux (bouteilles en plastiques et cordes ou branche d'arbre) mais la recharge de l'eau doit être effectuée dès l'épuisement de la bouteille

Construire et utiliser une latrine pour la santé de la famille.

- ✓ L'éparpillement des excréta favorise la transmission oraux-fécaux : les mouches, les mains souillées, le vent, l'eau transportent des matières fécales vers la nourriture. Il est important d'emprisonner les excréments pour éviter la propagation des germes.
- ✓ Il convient de faire en sorte :
 - D'utiliser une dalle hermétique, et récipient de papiers souillés avec couvercles pour éviter la propagation des mouches : appelé aussi « Latrine Fly-Proof »
 - D'utiliser les matériaux de construction disponibles localement pour fabriquer la base, les murs et la superstructure
 - D'assurer une bonne aération de la latrine
 - Mettre en place les dispositifs du lavage de mains dans des endroits visibles relatifs aux moments clés
- ✓ Le respect des règles d'hygiène et d'assainissement est crucial, car il prévient notamment contre les maladies diarrhéiques, respiratoires et infectieuses.
- ✓ Déféqueter dans la nature équivaut à cracher sur soi-même, sur la famille et sur l'ensemble de la communauté elle-même.
- ✓ Vivre dans un environnement sain et propre assure non seulement la santé, mais également le bien-être.

Utiliser une latrine pour la santé de la famille

- ✓ Le respect des règles d'hygiène et d'assainissement est crucial, car il prévient notamment contre les maladies diarrhéiques, respiratoires et infectieuses.
- ✓ Déféqueter dans la nature équivaut à cracher sur soi-même, sur la famille et sur l'ensemble de la communauté elle-même.
- ✓ Vivre dans un environnement sain et propre assure non seulement la santé, mais également le bien être.
- ✓ Pour le bien-être des membres de la famille et pour la prévention des maladies diverses, il est essentiel d'inciter les ménages des communautés urbaines et rurales à avoir l'habitude d'utiliser des latrines hygiéniques

Préserver les réseaux d'assainissements domestiques (égouts d'évacuation, regards et puisards) des excréta.

- ✓ La défécation dans les égouts a des impacts sanitaires et pollue l'environnement extérieur.
- ✓ Les canaux d'évacuation sont réservés aux eaux usées seulement.

Participer à la vidange systématique des puisards ou autre décharge similaire des excréta.

- ✓ Les canaux d'évacuations exemptes de tous déchets et saletés créent un environnement sain pour les riverains.
Une des causes qui bouchent les canaux d'évacuation est le fait de jeter les déjections dans les égouts : les déjections obstruent les égouts pouvant provoquer des inondations par des eaux sales.

Pratiquer une toilette intime hygiénique au moins 3 fois par jour pendant les jours de la menstruation;

- ✓ C'est plus facile pour les microbes d'entrer et de se développer dans le corps d'une femme pendant la menstruation
- ✓ Pour protéger le vagin contre toute infection
- ✓ Pour prévenir contre l'apparition des maladies de l'appareil génital féminin
- ✓ Toujours faire en sorte que les mains soient propres à chaque toilette
- ✓ Laver au moins 3 fois par jour la partie intime du corps pendant la menstruation (ne laver que la partie extérieure)
- ✓ Autant que possible, éviter les relations sexuelles pendant la menstruation

Arrêter de considérer la menstruation comme un sujet tabou, ni comme une maladie, ni comme un sujet honteux.

- ✓ La menstruation est naturelle, il n'y a pas de quoi avoir peur ni honte
- ✓ La menstruation n'est pas une maladie
- ✓ La menstruation n'est pas une malédiction ni un tabou
- ✓ Le fait d'avoir ses règles ne doit pas être un frein pour aller à l'école

Après usage, laver les serviettes hygiéniques avec de l'eau propre et du savon, les sécher ensuite au soleil et les conserver dans un endroit approprié pour éviter une contamination bactérienne

- ✓ Le lavage systématique des serviettes hygiéniques avec du savon tue les microbes et permet d'éviter une infection vaginale
- ✓ Le soleil élimine différentes sortes de microbes et permet facilement de détacher les impuretés des serviettes.
- ✓ Faire en sorte de ne pas jeter les serviettes hygiéniques usées dans la nature et n'importe où, car le sang propage de nombreuses maladies. Jeter les serviettes hygiéniques dans les WC avec fosses perdues ou dans les ordures après les avoir lavées et bien emballées.
- ✓ Toujours utiliser une serviette hygiénique propre et en tissu ou coton, et changer de serviette hygiénique une fois que c'est imbibé de sang. Laver immédiatement les serviettes hygiéniques après usage
- ✓ Lorsqu'on s'essuie après le lavage, faire en sorte d'essuyer le vagin de bas en haut avant d'essuyer l'anus (du derrière vers l'arrière).

Gestion des ordures ménagères

Mettre les ordures dans les bacs à ordures sur les lieux publics ou dans une fosse à ordures ménagère.

Utiliser une fosse à ordures ménagères et les incinérer régulièrement.

Faire le tri des ordures ménagères pour de fins utiles

- ✓ Le stockage des ordures dans les dépôts d'ordures contribue à réduire le danger sur la santé publique et sur l'environnement communautaire.
- ✓ La mise en place des systèmes de collecte des ordures sur les lieux publics et stratégiques (marchés) favorise la gestion de la filière de façon avant tout local, il convient ainsi de respecter ces systèmes ;
- ✓
- ✓ Pour le bien-être des membres de la famille et pour la prévention des maladies diverses, il est essentiel d'entasser les ordures, de les trier et de les valoriser.
- ✓ Le déchet n'est pas toujours vu comme une menace de nuisance, mais comme une ressource génératrice d'emplois et de revenus (exemple de compostage, de transformation des plastiques en autobloquant),
- ✓

<p>Filtrer les eaux d'usage domestique avant de les évacuer dans les canaux d'évacuation domestique.</p>	<ul style="list-style-type: none">✓ Les déchets jetés n'importe où sont les principales causes d'engorgement des canaux d'évacuation des eaux usées, et favorisent la propagation des rats, porteurs de la peste.✓ Les canaux d'évacuation salubres – exempt de tous déchets et saletés – créent un environnement sain pour les riverains✓ Il faut bien déverser dans les canaux d'évacuation les déchets des eaux usées afin d'éviter l'inondation, surtout lors de la saison de pluie.✓ L'eau usée jetée dans les canaux d'évacuation doit être exempte de déchets ménagers pour en préserver la propreté.✓ Les eaux usées doivent être évacuées pour éviter leur fermentation et libérer ainsi le gaz méthane qui détruit la couche d'ozone.✓ Les eaux grises polluées doivent être épurées avant d'être rejetées dans le milieu naturel.
<p>Vider les eaux stagnantes pour prévenir les gîtes larvaires</p>	<ul style="list-style-type: none">✓ Les larves des insectes telles que les moustiques vecteurs de maladies comme le Zika et le paludisme se développent dans les eaux stagnantes.
<p>Participer à la valorisation des eaux usées qui peuvent parfois permettre d'autres usages (arrosage, ...).</p>	

***Il est important d'adapter les clés de communication à chaque région** : les responsables des Directions Régionales de l'EEH devront déterminer les clés de communication qui s'appliquent à leur région respective, à travers les feedback venant des communautés.

RÉSUMÉ DES INTERVENTIONS DE COMMUNICATION

Mobilisation administrative :

Mémos à l'ensemble du personnel du MEEH, du personnel administratif décentralisé, du personnel du MEN et du MSANP ; réunions du personnel, réunions interministérielles

Relations publiques/ Promotion médiatique :

Conférence de presse de lancement de la mise en œuvre du plan de communication ; campagne médiatique pour chacun des comportements clés WASH ; production et dissémination de supports audiovisuels de qualité ; production et diffusion continue des émissions interactives sur WASH par les radios locales et les chaînes nationales.

Mobilisation communautaire :

Mis à part les initiatives dans le cadre du CLTS : réunions de plaidoyer respectivement avec les autorités locales, les leaders communautaires et les groupes communautaires influents afin de les impliquer dans la promotion des comportements clés WASH ; collaboration avec les chefs Fokontany pour avoir 15 mn de discussion ou de sensibilisation sur WASH pendant chaque réunion de Fokontany ; dialogues communautaires ; manifestations culturelles (concours et spectacles de chansons traditionnelles ou modernes véhiculant les messages WASH) ; tam tam sono mobile/allo allo, video mobile

Vente personnelle :

Une série de visites à domicile et de réunions de groupe par les agents communautaires ; un programme de participation scolaire impliquant tous les élèves de toutes les écoles primaires publiques (clubs WASH) ;

Promotion aux points de service :

Des affiches grand format seront placardées dans les centres sanitaires, les écoles, les bureaux publics, les bureaux du Fokontany, et dans les places du marché ; Plaque d'indication avec les messages WASH auprès des infrastructures de l'eau ;

Partenariat :

Partenariat avec les radios locales et avec les chaînes nationales ; partenariat avec un ou des opérateurs de téléphonie mobile ; partenariat avec les groupes communautaires influents (au niveau national, régional, local) ; partenariat avec le secteur privé (banque, compagnies de supermarché, compagnies aériennes, opérateurs touristiques, ...).

6. PLAN D'ACTION (PAR AN)

Bon nombre des actions ci-après requerront une micro-planification par pratique et par région. Les actions seront ajustées à partir de l'évolution du contexte et de l'analyse de la situation tout en tenant compte des spécificités régionales.

Des plans spécifiques par volet seront établis à partir de ce plan qui sert de cadre général des interventions de communication en termes de WASH.

	ACTIVITÉS	RÉSULTATS ATTENDUS	GROUPES PARTICIPANTS	RESPONSABLES	DATE			
					T1	T2	T3	T4
MOBILISATION ADMINISTRATIVE	Rédaction et dissémination des mémos administratifs	Les entités gouvernementales à tous les niveaux sont mobilisés pour la mise en œuvre du plan de communication WASH	Personnel MEEH à tous les niveaux, MEN/, MSANP, MID, à tous les niveaux	MEEH, MEN, MSANP, MID (Ministre, Cabinet)				
	Développement et vulgarisation d'un kit de mémo pour chaque comportement (brochures, meilleures pratiques WASH)	Le personnel du MEEH, du MEN, du MSANP, du MID et MJS ont une connaissance suffisante des comportements WASH à promouvoir.	Personnel MEEH à tous les niveaux, MEN/MSANP, MID, MJS à tous les niveaux	MEEH, MEN, MSANP, MID, MJS (Communication et Directions Techniques),				
RELATIONS PUBLIQUES, MEDIA	Conférence de presse de lancement	*Les médias s'approprient de la promotion des comportements clés WASH	Medias publics et privés, population en général	MEEH				
	Diffusion des communiqués de presse sur la promotion comportements WASH dans le site les presses écrites.	*Présence permanente de WASH dans les médias tout au long de l'année avec des pics pendant les campagnes spécifiques	Personnel MEAH à tous les niveaux, MEN/MSANP/MID à tous les niveaux	Équipe de la communication du MEEH				
	Production et dissémination/ diffusion des supports de communication		Familles, communautés	MCRI, MEEH, DREEH, Agence de communication				
	Descente sur terrain avec		Medias, familles,	MEEH (service				

	les médias		communautés	de la communication, attaché de presse), DREEH, MCRI				
	Création d'une newsletter trimestrielle en ligne		MEEH, MEN, MSANP, MID, DREAH et tous les acteurs et partenaires du secteur EAH	Equipe de la commune du MEEH en collaboration des Directions Techniques et des DREEH.				
	Production et diffusion continue des émissions WASH		Familles, communautés	Medias, MEEH, MCRI				
	Conception et publication des vidéos de réalisations par comportement EAH promu et outils conçus sur l'EAH dans les réseaux sociaux du MEAH.	Les messages clés WASH sont diffusés à une large échelle. Les réalisations de tous les partenaires sont visibles pour une plus grande harmonisation des actions	Familles, communautés	MEEH, MCRI				
	Campagne médiatique et diffusion des sms de sensibilisation	Les messages clés WASH sont diffusés à une large échelle	Familles, communautés	MEEH, MCRI, Opérateurs téléphoniques				
MOBILISATION COMMUNAUTAIRE	Réunions de plaidoyer : avec les a locales, avec les partenaires (secteur privé, autres groupes communautaires)	Les leaders communautaires s'engagent pour participer aux activités de mobilisation sociale sur WASH	Maires, chefs Fokontany, secteur privé, associations des femmes, leaders traditionnels	MEEH, DREEH, PTF				
	Dialogues communautaires	Plan d'action communautaire	Familles, Communautés	DREEH, Chefs Fokontany				
	Promotion des pratiques WASH au niveau des réunions Fokontany	Une bonne partie de la population est exposée aux	Familles, Communautés	Chefs Fokontany, AC				

CIP	Tam tam sono mobile/allo allo	actions de communication		DREEH, Maires, PTF				
	Manifestations culturelles	WASH, même au niveau de		DREEH, Maires, PTF				
	VAD et réunions de groupe	chaque Fokontany et de chaque ménage		AC, ACC, DREEH				
	Formation CIP	Capacité renforcée des relais communautaires	AC, ACC, Coach	MEEH, PTF				
	Activités WASH dans les écoles	Les enfants participent à créer le réflexe au niveau de la famille pour l'adoption des pratiques clés WASH	Élèves, parents d'élèves, enfants/adolescents	Clubs WASH dans les écoles				
SUIVI	Enquête de référence	CAP de référence disponible	Familles, communautés	MEEH, PTF, Cabinet privé				
	Missions de suivi	*Les efforts lancés sont soutenus, et renforcés	Relais communautaires, Communautés	MEEH, DREEH, PTF				
	Revue (à tous les niveaux)	*Les interventions sont ajustées sur la base des facteurs de réussite et des blocages	Media, AC, ACC, Coaches, groupes communautaires	MEEH, DREEH, PTF				
	Enquête finale	Évaluation des impacts des efforts fournis disponible	Familles, communautés	MEEH, PTF, Cabinet privé				

7. GESTION ET COORDINATION DE LA MISE EN ŒUVRE DE CE PLAN DE COMMUNICATION

Le présent Plan de communication sera géré par une équipe composée par des points focaux communication issus des entités gouvernementales et des partenaires financiers et techniques du secteur sous le leadership du Ministère de l'Eau, de l'Energie et des Hydrocarbures. La mise en place d'un « WASH Communication Network » est ainsi proposée pour assurer la mise en œuvre coordonnée et le suivi efficace du présent plan de communication.

Cette organisation sera reflétée également au niveau régional, et même au niveau local dans la mesure du possible.

Le réseau de communication WASH aura des termes de référence bien définis et se réunira au moins une fois par mois au cours des trois premiers mois de la mise en œuvre de ce plan de communication, puis une fois par trimestre par la suite, pour coordonner la mise en œuvre et le suivi de l'avancement de ce plan.

8. SUIVI ET ÉVALUATION

Le suivi est une partie très importante dans ce plan de communication. Des missions de suivi seront effectuées à tous les niveaux (national, régional, local) en utilisant des outils de suivi bien définis. On accordera également une grande importance au recueil des feedback des communautés à travers les focus group, les entretiens individuels ou le système de boîte à idées.

Des revues périodiques seront effectuées avec les relais communautaires (AC, Coach, ACC, ...). Une revue avec les maires et les chefs Fokontany peut être envisagée. Il en est de même avec les médias.

Une enquête de référence sera menée sur un échantillon aléatoire de foyer pour établir la situation de référence des comportements sur les pratiques familiales essentielles liées à l'EAH. Ce sera une petite enquête rapide portant uniquement sur les comportements WASH chez les ménages ayant un enfant de moins de cinq ans.

L'impact comportemental sera évalué par comparaison des résultats d'une enquête de référence à une enquête finale qui se tiendra en 2018. L'enquête finale vérifiera les changements en matière de comportements WASH pendant cette période de temps.

Le réseau de communication WASH établira un plan de suivi détaillé.

9. INDICATEURS (À DÉSAGRÉGER : PAR SEXE, PAR RÉGION ; À DÉTAILLER PAR VOLET)

INDICATEURS
Effets
Nombre et % de chefs de ménage qui utilisent l'eau potable
Nombre et % de chefs de ménage qui paient le service d'eau potable
Nombre et % de personnes qui construisent une latrine pour l'usage de sa famille
Nombre et % de personnes qui lavent leurs mains avec de l'eau et du savon ou des cendres pendant les moments clés de la journée
Nombre et % des femmes et filles qui adoptent les pratiques essentielles sur l'hygiène menstruelle
Nombre et pourcentage de ménages utilisant des fosses à ordures
Nombre et % de ménages utilisant les eaux usées et eaux pluviales à des fins d'économie
Produits
Nombre et % de personnes qui ont une connaissance exacte sur les comportements WASH à adopter ainsi que sur les services disponibles sur le WASH
Nombre et % d'autorités locales qui participent aux actions de mobilisation pour la promotion des comportements clés WASH (à désagréger : maires et chefs Fokontany)
Nombre % de mobilisateurs et de relais communautaires ayant leur capacité renforcée pour promouvoir les comportements clés WASH
% de personnes ayant été informés sur les pratiques essentielles WASH
Nombre et % de stations radio et TV qui diffusent de façon continue des émissions sur WASH
Nombre de campagnes de communication WASH effectuées

10. BUDGET ESTIMATIF (POUR 1 AN)

(Très approximatif, pour des interventions de communication de masse au niveau national, mais des interventions de communication interpersonnelle focalisées dans quelques zones ciblées)

AXE DE COMMUNICATION	RUBRIQUE	MONTANT (en \$)
Mobilisation administrative	Copie du memo administratif pour diffusion à large échelle	3000
	Développement et vulgarisation d'un kit de mémo pour chaque comportement (brochures, meilleures pratiques WASH)	2000
Promotion dans les médias	Conférences de presse (lancement ; journées mondiales)	2 100
	Ajournement des communiqués de presse sur la promotion des comportements WASH dans le site web.	400
	Conception, production, multiplication et dissémination de supports audiovisuels WASH	10 000
	Descente sur terrain avec les médias	10 000
	Concours des meilleures émissions WASH	3000
	Création d'une newsletter trimestrielle en ligne	2000
	Conception et publication des vidéos de réalisations par comportement EAH promu, et des outils conçus sur l'EAH. Publication de ces outils et vidéos dans les réseaux sociaux et supports média du MEEH.	10 000
Mobilisation communautaire	Réunions de plaidoyer	10 000
	Dialogues communautaires	10 000
	Tam tam sono mobile/video mobile,	25 000
	Manifestations culturelles et animation	25 000
Vente personnelle	Certificats de remerciement	4000
	Copie des outils pour les AC	10 000
	Formation et conduite des VAD et réunions de groupe par les AC	30 000
	Production et multiplication des gilets ou badges pour les AC	15 000
Promotion des points de services	Production, multiplication et dissémination d'affiches, boîte à image et autres supports imprimés	60 000
	Panneau d'indication avec messages au niveau des infrastructures EAH	15 000
Suivi/Évaluation/Recherche	Missions de suivi	20 000
	Activités de revue en termes de communication WASH	10 000
	Enquête de référence et post mise en œuvre du PNCOM sur l'adoption des pratiques familiales essentielles WASH	35 000
GRAND TOTAL		313 500

LEXIQUES EAH:

Mots techniques	Définitions
Assainissement	La gestion en toute sécurité des excréta humains depuis le point de défécation jusqu'à leur mise en décharge, leur traitement ou leur réemploi. En milieu urbain notamment, l'assainissement comprend également la gestion des déchets solides, des eaux usées et du drainage en surface. Dans un sens plus large, l'assainissement comprend non seulement les équipements matériels, mais aussi les cadres politiques, juridiques et administratifs ainsi que les investissements requis pour arriver à l'assainissement pour tous.
Biogaz	Le gaz produit par la fermentation de matières organiques en l'absence d'oxygène.
Collectivités Décentralisées Territoriales	C'est une organisation distincte d'une structure administrative étatique qui prend en charge les intérêts de la population d'un territoire précis.
Compost	C'est un engrais biologique issu de la transformation des matières organiques en présence d'oxygène.
Défécation en Plein Air	Pratique consistant à déféquer dans un champ, en forêt, derrière les buissons, dans un lac ou cours d'eau, sur la plage ou dans un autre espace ouvert ou encore à éliminer les excréta humains avec les déchets solides.
Dispositif de Lavage des Mains	C'est un réservoir de stockage d'eau utilisée pour le Lavage des Mains.
Eau potable	Toute eau destinée à l'alimentation humaine répondant aux caractères organoleptiques et physico-chimiques fixés par l'OMS et dont la consommation ne porte pas atteinte à la santé.
Hygiène	Les pratiques d'une personne ou d'un ménage, telles que le Lavage des Mains, le bain et la gestion de l'eau stockée de la maison, qui visent à préserver la propreté et la santé.
Latrine Fly-Proof	Latrine qui empêche les mouches de circuler.
Latrine étanche	La latrine étanche est constituée d'une fosse bien protégée évitant les risques de contamination vers la nappe phréatique.
Latrine hygiénique	C'est une latrine qui permet de garder les excréta et d'empêcher la circulation des mouches pour l'hygiène de l'homme et de son environnement. Une latrine avec couvercle, lavable.
Latrine améliorée	C'est une latrine avec une dalle lavable et nettoyable avec couvercle, superstructures avec toiture et un dispositif du lavage des mains avec du savon.
Malnutrition chronique	Retard de croissance dû à une alimentation non équilibrée
Paludisme	Le paludisme est une maladie potentiellement mortelle due à des parasites transmis à l'homme par des piqûres de moustiques femelles infectés.
Pavé autobloquant	Un matériel de construction produit par mélange de sable et de matières plastiques fondus. Ces pavés sont conçus pour s'emboîter les uns aux autres.
Transmission oro-fécale	Mode de transmission des maladies causées par une ingestion involontaire de matières fécales contaminée dû à la consommation d'aliments souillés, d'eaux non potables ou au contact avec des mouches, du vent et des mains sales, etc.
Zika	Maladie vectorielle et épidémique qui engendre la microcéphalie chez les fœtus et la paralysie chez les adultes. Elle se transmet par la piqûre des moustiques, des relations sexuelles non protégées et d'une mère enceinte à son bébé.

