

# PRINCIPAUX DÉTERMINANTS COMPORTEMENTAUX EN MATIÈRE D'ASSAINISSEMENT EN HAÏTI

Analyse des études de marché et de  
comportement des consommateurs

Etude documentaire réalisée par Sophie Hickling  
2015



# Objectifs

---

- Analyse des études de marché et de comportements des consommateurs en matière d'assainissement en Haïti.
- Mise en évidence des thèmes communs ou récurrents.
- Identification des lacunes et pistes de recherches pour les combler.

*Afin de mieux orienter, sur base d'observations factuelles, les approches communautaires d'assainissement total (ACAT), les activités de communication visant changer les comportements (CCC) et les programmes de marketing de l'assainissement.*

# Études utilisées

Auteur	Date	Pop.	Titre
Université d'Etat d'Haïti / ACF [1]	2009	mixte*	Etude des pratiques de défécation dans le Nord'Ouest
Australian National University /IFRC [2]	2012	mixte	Sanitation practices and preferences in Haiti: the influence of socio-cultural factors
Contzen & Mosler / Oxfam [3]	2012	mixte	Factors determining the effectiveness of Oxfam's public health promotion approach in Haiti
Russel, Tilmans et al [6]	2012	urbaine	User perceptions of and willingness to pay for household container-based sanitation services: experience from Cap Haitian, Haiti
Mazeau & Scott, Save the Children [4]	2013	urbaine	Appui au projet Facilité Eau de l'Union Européenne. Stratégie de marketing d'assainissement, Jacmel, Haïti, Phase 1: Recherche formative (Rapport final suite à la première visite)
Université Quisqueya / UNICEF [5]	2015	mixte	Etude formative en assainissement, design technique de système d'assainissement et plan de communications pour la promotion de l'assainissement en Haiti
Contzen & Mosler [7]	2015	mixte	Identifying the psychological determinants of handwashing: Results from two cross-sectional questionnaire studies in Haiti and Ethiopia

\* Seule rurale utilisée

Auteur	Focus primaire	Méthodologie
Université d'Etat d'Haïti / ACF [1]	<b>Assainissement</b> - pratique et aspects socioculturels	Entretien structuré (famille n=120), entretien avec les informateurs clés (acteurs), observation
Australian National University /IFRC [2]	<b>Assainissement</b> – pratique et préférences	Entretien semi-structuré (acteurs + résidents n=35), DFG (h:f séparé, n=15), observation
Contzen & Mosler / Oxfam [3]	<b>Lavage des mains</b> - comment les activités d'Oxam ont influencé la pratique.	Entretien structuré (de la personne qui s'en occupe principalement dans le ménage n=748, après observation n=63, 88% femmes)
Russel, Tilmans et al [6]	<b>Assainissement</b> - perceptions des utilisateurs (vis-à-vis des récipients réutilisables)	Entretien structuré (chef de ménage T <sub>x</sub> n=118, groupe témoin n=248)
Mazeau & Scott, Save the Children [4]	<b>Assainissement</b> – comportements et moteurs d'assainissement, évaluation du marché	Sondage rapide (ménages n=104), entretien structuré (ménages n=148), DFG (avec toilette n=7m, n=7f, sans toilette n=7h, n=7f), entretien avec les informateurs clés (n=8)
Université Quisqueya / UNICEF [5]	<b>Assainissement</b> -comportements et plan de communication	Entretien structuré (avec le chef de ménage n=~3,000)
Contzen & Mosler [7]	<b>Lavage des Mains</b>	Entretien structuré (de la personne qui s'en occupe principalement dans le ménage n=811)

# Zones géographiques étudiées (approx.)

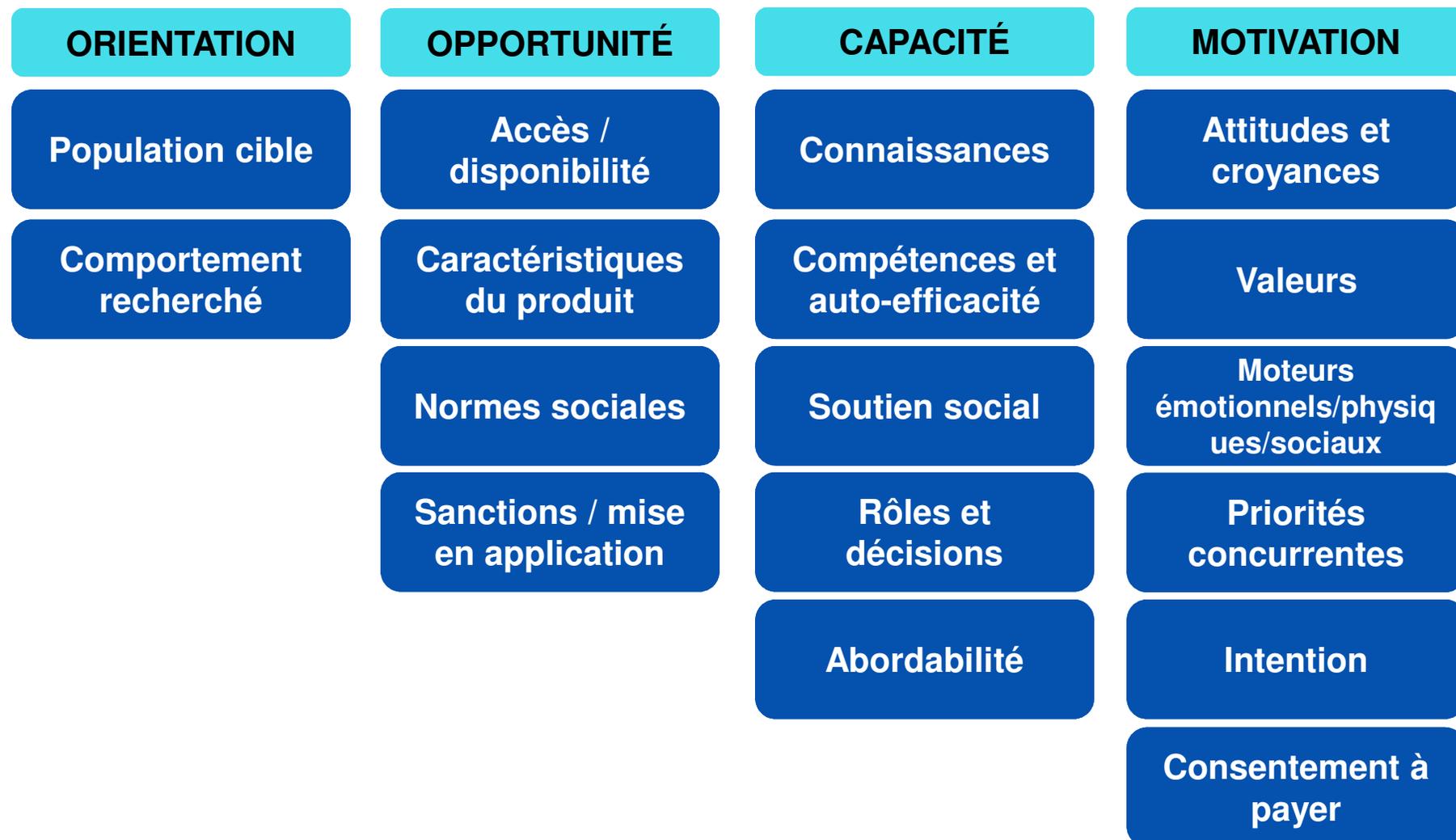
Clé:

	rurale
	urbain
	mixte

Note: L'étude de l'Université Qusiqueya / UNICEF 2015 (non illustrée ici) couvre les 10 départements



# Cadre de référence SaniFOAM



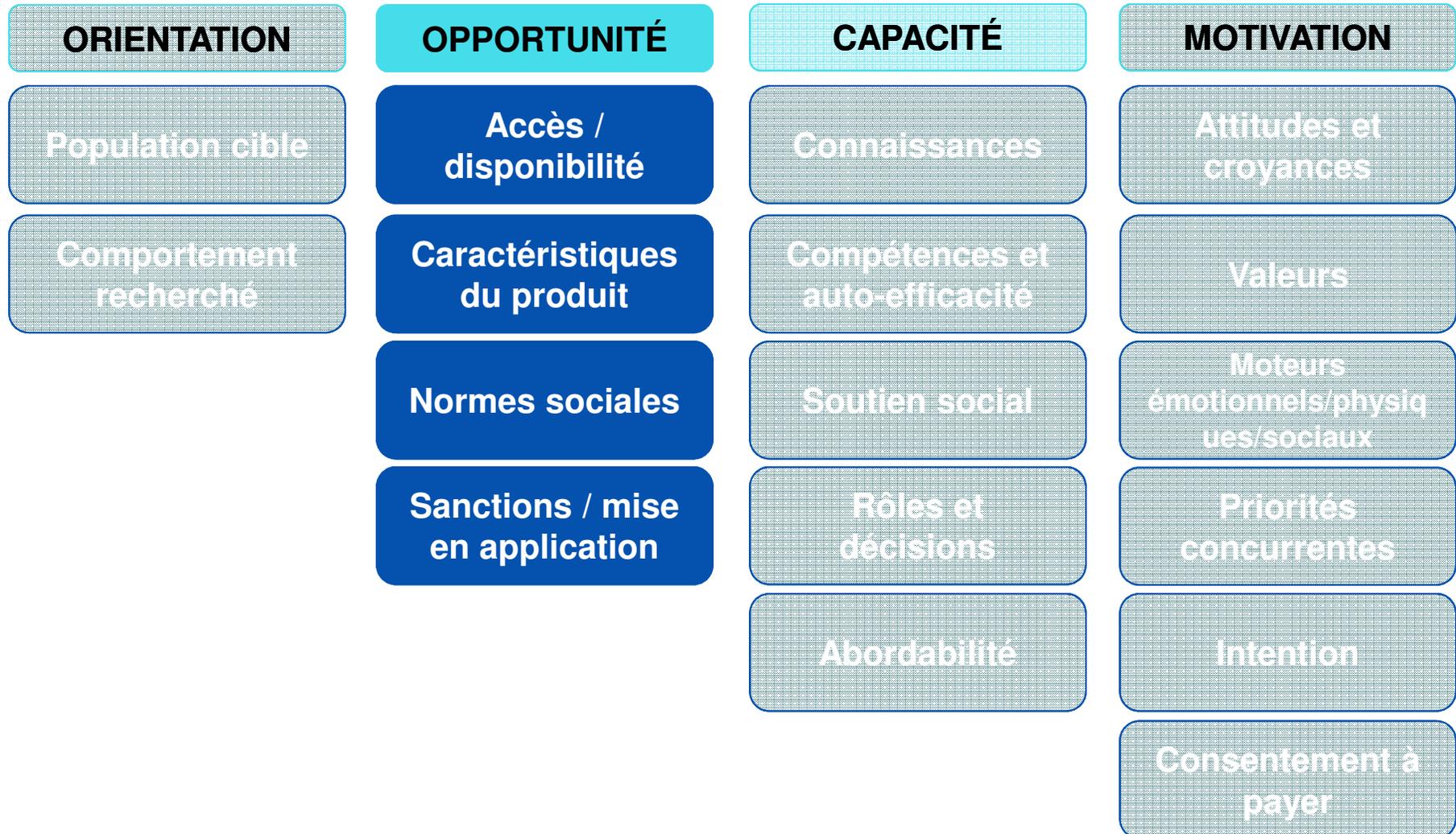
# Limitations

---

- Les études disponibles visent des objectifs distincts et s'articulent autour de domaines thématiques différents.
- Une seule étude disponible à l'échelle nationale (Université Quisqueya).
- La majorité des études se rapportent à des secteurs géographiques plus restreints; il se peut que les différences régionales ne soient pas reflétées.
- Certaines études ne distinguent pas précisément des comportements qui présentent un intérêt différencié dans le cadre de la présente analyse (p.ex. défécation à l'air libre vs utilisation de latrines)

*Dès lors, si une certaine uniformité de thèmes émerge des études, les résultats, quant à eux, constituent plutôt une collection de constats et non une analyse systématique.*

# Résultats: DÉTERMINANTS DE L'OPPORTUNITÉ



# Caractéristiques du produit

Thème  
traité dans  
4 études

- Les répondants, en milieux ruraux et urbains, veulent des **toilettes familiales**, de préférence à **l'intérieur de leur habitation** [2,5].
- Les répondants ambitionnent des toilettes à chasse d'eau. Elles peuvent être installées à l'intérieur, elles sont confortables, modernes et faciles à nettoyer [2,5,4].
- Caractéristiques importantes à noter: **faciles à nettoyer, confortables, modernes** [2].
- Dans les zones rurales, la qualité des matériaux est importante afin **d'assurer la robustesse** de la latrine (qui doit être bien construite, avec des matériaux solides) [2,5].
- Type de toilette: **La posture assise est jugée préférable**; la position accroupie n'est utilisée que parce que la défécation à l'air libre l'impose ou quand le siège de la latrine est sale [1,6]

*87% des répondants disposant d'une toilette à l'intérieur de leur habitation sont satisfaits de cette situation.*

[5]

*Les latrines à fosse sont considérées comme étant "bonnes" pour autant qu'elles soient profondes et construites en briques et/ou en béton .*

[2]



# Normes sociales

Thème  
traité dans  
2 études

- La défécation à l'air libre est une habitude de longue date dans les zones rurales ; et les habitants de zones rurales arrivant en zone urbaine n'ont souvent pas l'expérience des latrines [2].
- Dans les zones urbaines, 95% des répondants jugent la défécation à l'air libre inconvenable mais 41% pensent que la majorité des gens n'utilisent pas de toilettes [4].
- Il y a une **pression sociale pour l'arrêt des pratiques de défécation à l'air libre** lorsque d'autres habitants du quartier construisent des latrines [2].

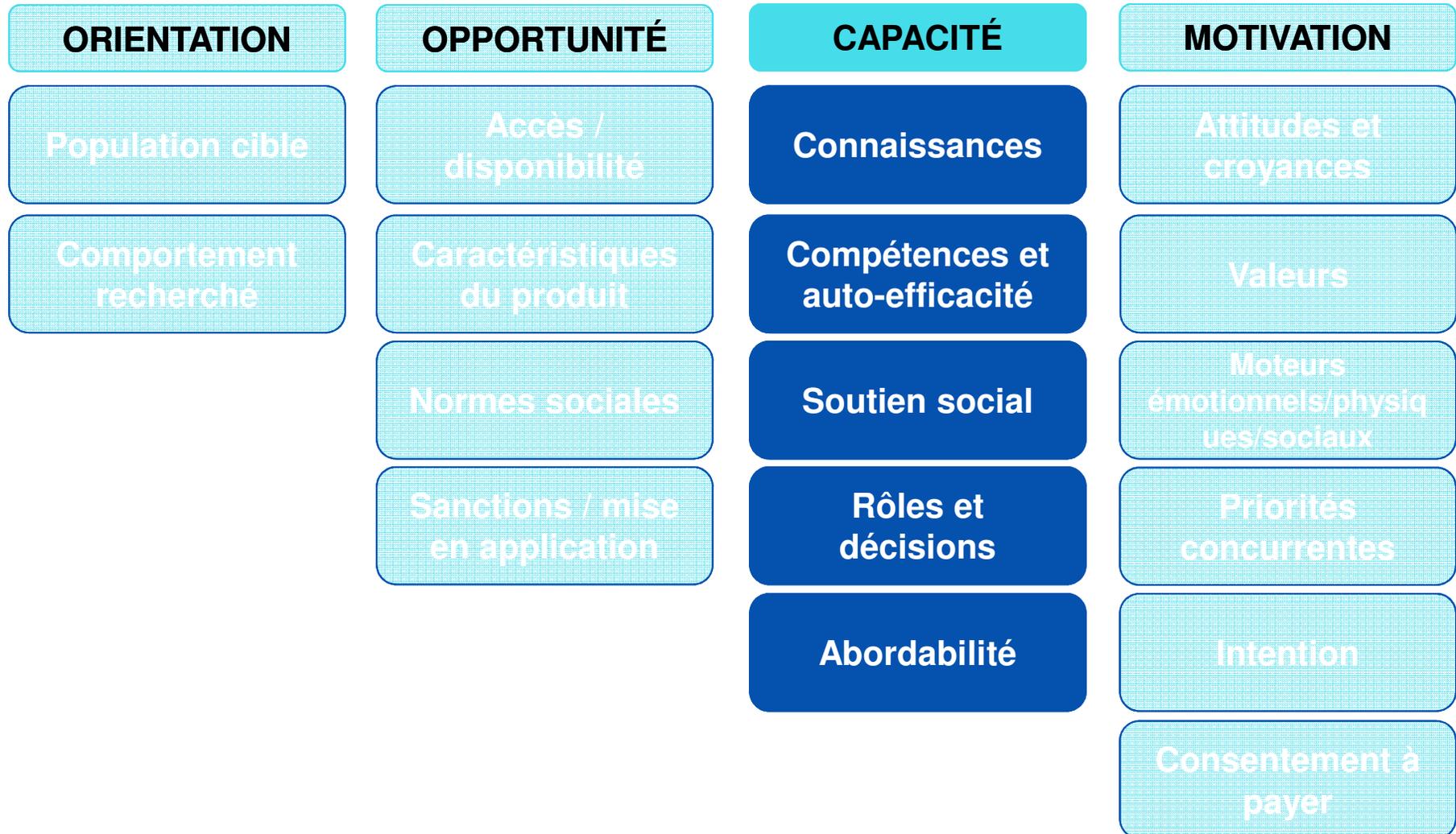
*Dans les zones rurales et urbaines, les répondants font part de la "gêne" que génère chez eux l'idée que leurs voisins aient des toilettes tandis qu'ils n'en ont pas. .*  
[2]

# Sanctions / Mise en application

Thème  
traité dans  
3 études

- Il existe des lois imposant la construction de toilettes dans les habitations, mais elles ne sont ni appliquées ni vraiment soutenues [2].
- Le taux de répondants indiquant avoir **connaissance des lois varie** d'une étude à l'autre – de 73% [5] à 17% [4].
- La majorité des répondants ne savent pas si les lois sont appliquées (84%) ni s'il existe des sanctions en cas de non-respect (76%) [4].
- Peu de répondants (moins de 10%) perçoivent les lois comme un facteur de motivation pour construire une latrine .

# Résultats: DÉTERMINANTS DE LA CAPACITÉ



- Dans l'ensemble des études on constate que les répondants sont conscients des risques sanitaires et environnementaux liés à un assainissement non hygiénique
  - 97% voient les matières fécales comme une source de maladies [5],
  - 96% pensent que la défécation à l'air libre augmente le risque de diarrhée [4]

- Mais les répondants manquent généralement d'information concernant le coût et les options de construction d'une latrine

**p. ex. Jacmel [4]**

- 80% ont besoin de plus d'informations pour les aider à décider de comment construire ou améliorer une latrine .
- 33% connaissent un maçon capable de construire ou d'améliorer une latrine
- 45% connaissent une personne ou une organisation capable de vidanger les latrines .

**p. ex. Artibonite et Leogane [2]**

- Les estimations de coûts de construction d'une latrine à fosse varient largement:

Hommes: 450 – 3,125 USD

Femmes: 250 – 625 USD

- Le soutien social semble s'articuler **principalement autour de la famille**: Les répondants ne voient pas d'inconvénient, par exemple, à partager et nettoyer une latrine utilisée par les membres de leur famille [1,2]; et se soucient généralement uniquement de l'opinion de ces derniers pour prendre une décision [5].
- Dans l'une des études, en zone rurale, le concept traditionnel de "**lakou**" ou de **mode de vie communautaire** entraîne une utilisation partagée des latrines, au delà de la cellule familiale [1]
  - 75% partagent avec des membres de la famille et des voisins [1]
  - 13% partagent avec des étrangers [1]

# Compétences et auto-efficacité

Thème traité dans  
1 étude (en milieu  
urbain)

- Les compétences et l'auto-efficacité requises pour la construction de latrines familiales sont particulièrement limitées. **Relativement peu de répondants disent connaître les caractéristiques d'une "bonne" latrine**, y compris parmi les propriétaires de toilettes :
  - 41% des répondants avec latrine et 36% des répondants sans latrine disent connaître les les caractéristiques d'une "bonne" latrine [4].
  - 11% des répondants avec latrine et 7% des répondants sans latrine se considèrent capables de construire ou améliorer leur latrine [4].

# Rôles et décisions

Thème  
traité dans  
3 études

- Dans les ménages de zones urbaines, les décisions sur les investissements liés aux installations sanitaires d'assainissement sont prises par le **chef de famille**, qui est généralement un homme. La femme est cependant associée à la prise de décision.
- La propriété foncière est souvent mise en cause en tant que barrière à la construction de latrines (c.à.d. une famille de locataires ne peut pas prendre de décision sans l'accord du propriétaire). Pourtant ce facteur ne ressort pas souvent dans les réponses aux enquêtes:
  - Dans toutes les zones, 2.6% des répondants invoquent le fait de ne pas être propriétaire de leur habitation comme étant l'obstacle principal à la construction d'une latrine [5]
  - Dans les zones rurales, 1.6% des répondants expliquent le fait de ne pas avoir de latrine par le fait de ne pas être propriétaires des lieux [1]

# Abordabilité (percue)

Thème  
traité dans  
4 études

- Dans l'ensemble des études **la solvabilité / abordabilité ressort comme étant la principale barrière à la construction de latrines** [1,2,4,5].
- Pour ceux qui disposent déjà de toilettes, **les coûts d'amélioration et de maintenance sont aussi un obstacle** [2,4,], de sorte que des latrines pleines se retrouvent inutilisées.

# Abordabilité (percue)

Thème  
traité dans  
4 études

- La question n'a pas été posée dans les zones rurales; mais les études en zones urbaines mettent en évidence la **méconnaissance des moyens de financements** pour la construction et la modernisation des latrines.
- La méconnaissance des coûts et des options possibles donne à penser que ce que l'on mesure ici est en fait **l'abordabilité percue** .

# Abordabilité (perçue)

Thème  
traité dans  
4 études

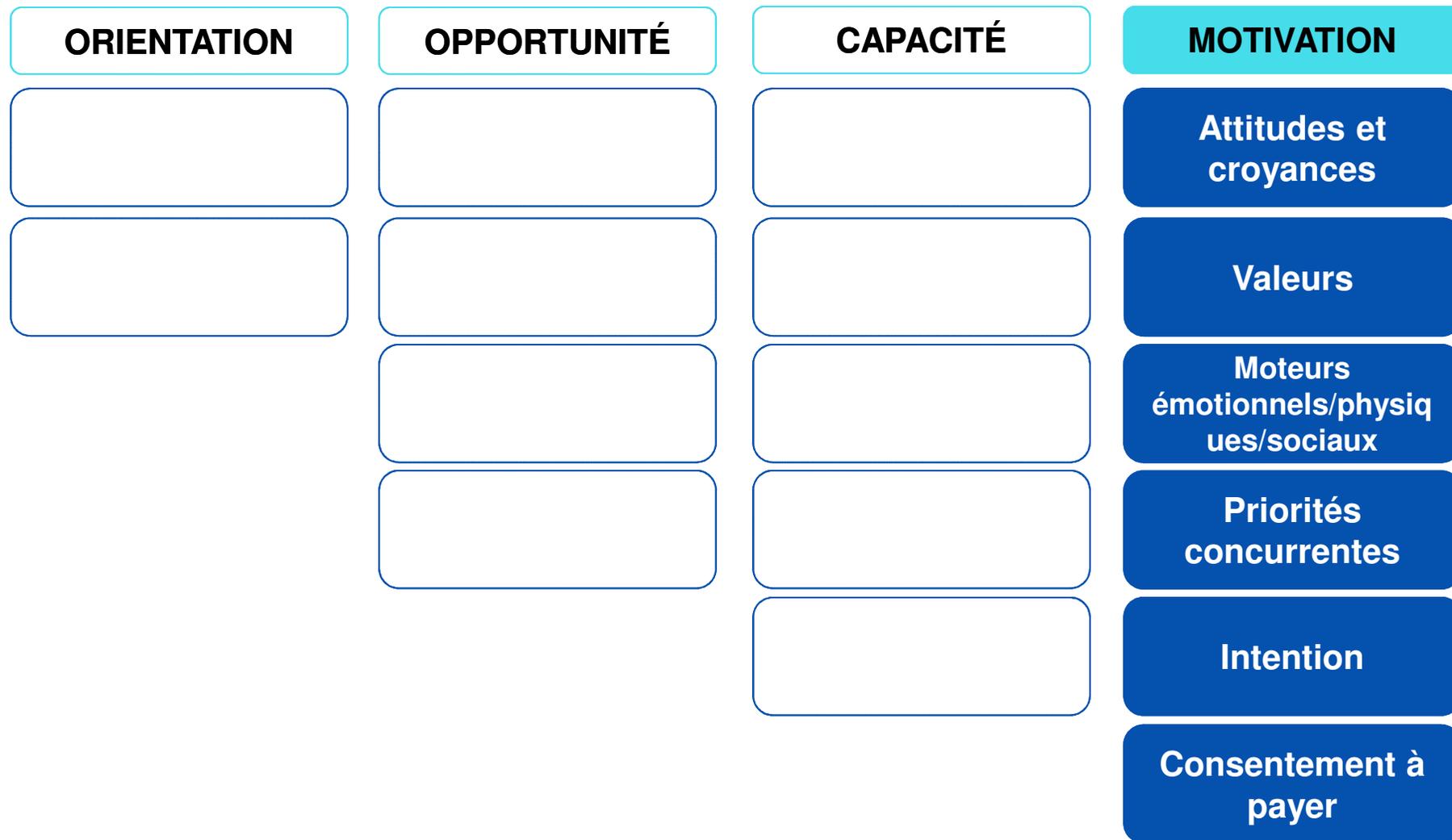
## Études conduites en zones rurales :

- 49% - le fait de ne pas avoir de latrine résulte de contraintes budgétaires [1]
- 84% - la solvabilité est l'obstacle principal à la construction d'une latrine [5]
- 89% des ménages ayant une latrine pensent que si d'autres n'en ont pas c'est parce qu'ils n'en ont pas les moyens

## Études conduites en zones urbaines:

- 96% - n'ont pas les moyens de financer les coûts de construction [4]
- 84% - la solvabilité est l'obstacle principal à la construction d'une latrine [5]
- 89% - n'ont pas les moyens de financer les coûts d'amélioration [4]
- > 80% - pensent qu'ils ne pourraient pas emprunter pour financer les coûts de construction ou d'amélioration [4]

# Résultats: DÉTERMINANTS DE LA MOTIVATION



# Attitudes et croyances

Thème  
traité dans  
4 études

- Selon des croyances vaudou répandues dans certaines régions, des personnes malfaisantes peuvent nuire à quelqu'un en brûlant ses matières fécales [2, 5]. Même dans les régions dans lesquelles les répondants disent ne pas partager ces croyances, on évite généralement que ses matières fécales soient accessibles à des tiers, au cas où ces derniers seraient mal intentionnés.

*À Port au Prince, des hommes et des femmes ont expliqué être au courant de la nécessité de protéger les matières fécales eu égard au vaudou, tout en précisant que ces croyances n'ont pas cours dans leur région... Ils reconnaissent néanmoins qu'ils évitent d'être surpris à se débarrasser de leurs matières fécales, par crainte que quelqu'un les utilise pour "faire quelque chose de mal".[2]*

# Attitudes et croyances

Thème  
traité dans  
4 études

- L'une des études a mis en évidence **une attitude négative à l'égard des latrines à fosse**, dans la mesure où celles-ci sont associées à la phase de réponse d'urgence plutôt que perçues comme un "développement". L'expérience des répondants les mène à penser que ces latrines sont malodorantes, sales et difficiles à nettoyer.

- Avoir une latrine à domicile est perçu comme un signe extérieur de progrès, de développement et de richesse [2].
- Les Haïtiens attachent de l'importance à l'apparence personnelle et à la propreté [2].

# Moteurs émotionnels/ physiques/ sociaux

Thème  
traité dans  
4 études

## Moteurs de santé et de sécurité

- La **protection de la santé** et de l'hygiène motive à avoir une latrine, eu égard notamment à la menace que représente le choléra [2,4,5].
- Des mères de familles ont souligné l'importance des latrines pour **protéger la santé et la sécurité des enfants** puisqu'elles leur évitent d'entrer en contact avec des matières fécales. Dans le même temps elles craignent cependant pour la sécurité des enfants lors de l'utilisation des latrines (chute, effondrement de la dalle) [2].
- Les latrines à domicile contribuent à **protéger contre les risques d'attaque et de viol** (particulièrement important pour les femmes et jeunes filles), de même que contre les "mauvais esprits" et les pratiques vaudou (mentionnés en zones rurales) [2,4].

# Moteurs émotionnels/ physiques/ sociaux

Thème  
traité dans  
4 études

## Moteurs émotionnels et physiques

- Les moteurs émotionnels motivant l'utilisation des latrines sont: **la propreté, l'intimité and le confort.**
- Parmi les moteurs émotionnels négatifs on note les mauvaises odeurs et les mouches. Ces points négatifs sont plus fréquemment mentionnés par ceux qui disposent déjà d'une latrine que par ceux qui n'en ont pas.

# Moteurs émotionnels/ physiques/ sociaux

Thème  
traité dans  
4 études

## Moteurs sociaux

- Les moteurs sociaux motivant l'utilisation des latrines sont: la fierté et l'envie de faire bonne impression
  - Le fait de recevoir des hôtes et de pouvoir leur offrir la possibilité d'utiliser une toilette est un facteur de motivation important [2]
  - 83% des répondants de l'une des études pensent que les gens sont fiers d'avoir une latrine [4]. Cependant, une autre étude pondère l'importance de ce moteur social (seulement 7%) [5].

# Priorités concurrentes

Thème traité dans 2  
études en milieu  
urbain

- Les deux études qui ont examiné la priorité des concurrences ont révélé que, dans les zones urbaines, les ménages mettaient en balance la construction d'une latrine avec d'autres améliorations du logement [2,4].

*"... cela peut revenir à choisir entre une maison 2 chambres et une maison 1 chambre avec une toilette" [2]*

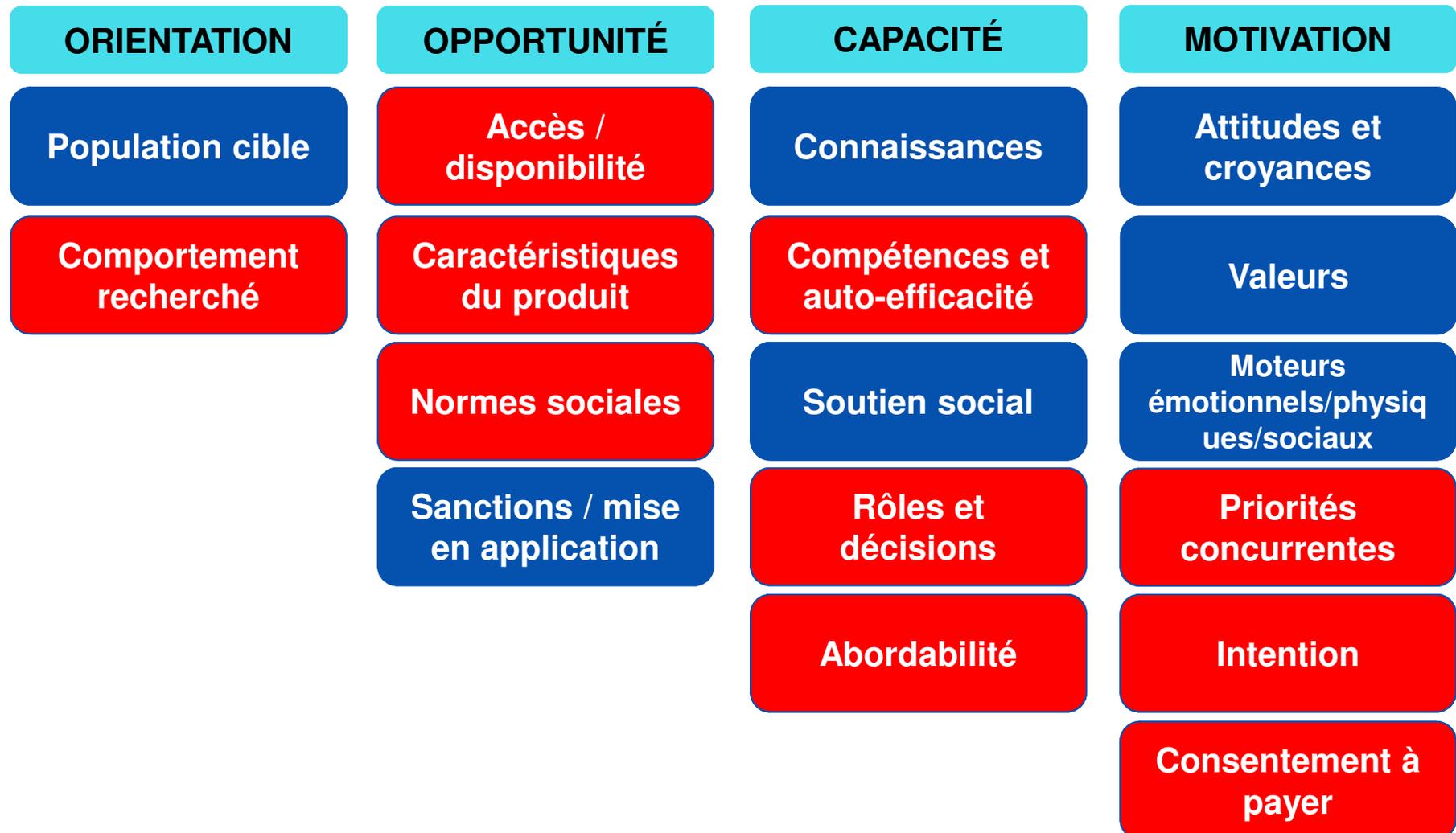
- L'une des études a examiné l'intention de construire ou d'améliorer des latrines. Elle a mesuré un **niveau d'intention assez limité**:
  - Parmi les ménages qui ont une latrine, 41% estiment qu'il est probable ou très probable qu'ils y apportent des améliorations dans le courant de l'année [4].
  - Parmi les ménages qui n'ont pas de latrine, 38% estiment qu'il est probable ou très probable qu'ils en construisent une dans le courant de l'année [4].

# Consentement à payer

Thème  
traité dans  
3 études

- Le fait que les programmes d'assainissement ont souvent été subsidiés par le passé en Haïti semble affecter le consentement à payer pour des toilettes (DINEPA et org. internationales). Ceci est corroboré par différentes études
  - >70% des répondants comptent sur un appui extérieur pour construire [1]
  - À peine 28% des répondants sont prêts à financer des améliorations sanitaires sans assistance extérieure [4].
  - L'une des études fournit des exemples de personnels de projets et de communautés qui s'attendent à recevoir des latrines gratuitement [2]
  - 60% des ménages estiment qu'ils pourraient contribuer en fournissant une partie des matériaux, et 30% en amenant d'autres moyens techniques ou financiers [1].

# Lacunes identifiées dans les recherches - en zone rurale



# Etudes complémentaires disponibles

---

- Etude de base EPARD
- Etude la chaîne logistique/des valeurs - TdR en cours
- Etude ponctuelle spécifique – TdR pour avis

# Etude ponctuelle proposée – grandes lignes

---

- Objectif général: combler les lacunes qui doivent informer une campagne de CCC
- Questions spécifiques: comprendre
  - Perceptions sur ce qui constitue une latrine «bonne», «sûre» et «souhaitable »
  - Normes sociales (y compris les «exceptions»)
  - Rôles par rapport au processus de prises de décisions au sein des ménages y compris l'aspect genre
  - Priorités concurrentes au niveau des dépenses
  - Accès aux et perceptions des différents modes de paiement (crédit, prêt-versements)
  - Croyances et attitudes affectant la gestion des selles des enfants

## Etude ponctuelle – grandes lignes (2)

---

- Méthodes: groupes de discussion (FGDs) avec les adoptants/non-adoptants de latrines (hommes et femmes séparément) et entrevues avec membres de la communauté qui peuvent influencer les normes et la prise de décisions
- Lieux: Centre, Sud, Grande Anse, Nippes et frange frontalière avec la RD
- Produits: protocole de recherche, guides de discussion, présentation et rapport final
- Exécution: 2 consultants individuels

# Analyse de la chaîne de valeurs – grandes lignes

---

- Objectifs spécifiques:
  - Identifier les produits et services (y compris financiers) disponibles
  - Faire la ventilation des coûts des technologies et services le long de la chaîne d'approvisionnement (c.-à-d. composante coût, le coût du travail, coût au consommateur, etc.)
  - Dresser la carte des acteurs existants et intervenants dans le marché de l'assainissement, y compris le secteur privé, les partenaires publics du secteur et du développement (p. ex. consommateurs organismes gouvernementaux et les fournisseurs de matériaux en vrac) décrivant : la relation entre les acteurs de marché, le rôle joué par des acteurs (recherche et développement, approvisionnement matériel, finances (formel ou informel), producteur, distributeur et le promoteur, etc.) et leur capacité à s'acquitter de ce rôle
  - Identifier les modèles d'entreprises ou de renforcement d'entreprises qui ont le potentiel d'augmenter la disponibilité des produits sanitaires souhaitables et abordables aux ménages dans les régions rurales et petites villes. *Ces modèles seront testés à travers les opérations de la Banque mondiale et potentiellement d'autres partenaires du secteur.*
  - Au niveau des consommateurs, creuser les différents aspects du consentement à payer et de la perception des différentes options

# Analyse de la chaîne de valeurs – grandes lignes (2)

---

- Méthodes: collecte de données qualitatives et quantitatives (entreprises)
- Lieux: envergure nationale avec un accent sur Centre, Sud, Grande Anse, Nippes, frontière avec la DR
- Produits: protocole de recherche, guides de discussion, présentation et rapport final
- Exécution: Firme