

# AUX FRONTIÈRES de L'ASSAINISSEMENT

Innovations et Impressions

Numéro 18, Novembre 2021

the  
sanitation  
learning  
hub

## Suivi des campagnes d'assainissement : Cibles, reporting et réalisme

Kamal Adhikari, Bharat Adhikari, Sue Cavill, Santosh Mehrotra, Vijeta Rao Bejjanki et Matteus Van Der Velden



## À propos de la Sanitation Learning Hub

Depuis plus de dix ans, la Sanitation Learning Hub (SLH, auparavant la CLTS Knowledge Hub) de l'IDS promeut l'apprentissage et le partage de connaissances au sein du secteur international de l'assainissement et l'hygiène (A&H). La SLH adopte des approches participatives inédites pour mobiliser les praticiens, les décideurs et les communautés qu'ils souhaitent servir. Nous sommes convaincus que pour arriver à un assainissement et une hygiène pour tous gérés de manière sûre d'ici à 2030, il faudra un apprentissage expédient, pertinent et pragmatique. La vitesse de mise en œuvre et des changements requis fait qu'un apprentissage rapide de ce qu'il faut mettre en place, ce qui donne ou non de bons résultats, peut avoir un impact extrêmement large. Et cela doit se faire en s'efforçant de combler les manques de connaissances et de trouver des réponses qui offrent des idées concrètes en matière de politiques et de pratiques. Notre mission est de faire en sorte que le secteur de l'A&H puisse innover, adapter et collaborer dans un paysage en rapide mutation, en répercutant l'apprentissage dans les politiques et les pratiques. Notre vision est que chacun puisse concrétiser son droit à un assainissement et une hygiène gérés de manière sûre, en veillant à ce que personne ne soit laissé pour compte dans la course pour mettre un terme une fois pour toutes à la défécation en plein air.

### Crédits photographiques

**Photo de couverture :** Mise en place d'indicateurs d'assainissement total, communauté de Sitapur Dhara dans le quartier N° 2 de la municipalité de Sitganga, district d'Arghakhanchi

**Crédit :** M. Madan Kumar Malla, ONU-Habitat Népal

**Cette page :** Toilette d'un ménage dans le district de Sindhupalcho frappé par un séisme, Népal

**Crédit :** M. Madan Kumar Malla, ONU-Habitat Népal

**Page suivante :** Une maison, Une toilette, district de Bajura, Népal



## Suivi des campagnes d'assainissement : Cibles, reporting et réalisme

Kamal Adhikari, Bharat Adhikari, Sue Cavill, Santosh Mehrotra, Vijeta Rao Bejjanki et

Adhikari, K, Adhikari, B. Cavill, S. Mehrotra, S. Rao Bejjanki, V. et Van Der Velden, M. (2021) « Suivi des campagnes d'assainissement : Cibles, reporting et réalisme », *Aux Frontières de l'assainissement : Innovations et Impressions 18*, Brighton IDS  
DOI : [10.19088/SLH.2021.023](https://doi.org/10.19088/SLH.2021.023)

Première édition en 2021

© Institute of Development Studies 2021

Certains droits réservés – pour en savoir plus, voir la licence sur les droits d'auteur.

ISBN : 978-1-78118-883-5

Pour obtenir un complément d'information, veuillez contacter :

The Sanitation Learning Hub, Institute of Development Studies, University of Sussex, Brighton, BN1 9RE

Tél : +44 (0)1273 606261

Courriel : [SLH@ids.ac.uk](mailto:SLH@ids.ac.uk)

Web : [sanitationlearninghub.org](https://sanitationlearninghub.org)

Cette série fait l'objet d'une licence de type BY-NC-ND 3.0 Unported de Creative Commons (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>).

**Attribution (BY) :** Vous devez attribuer les travaux de la façon spécifiée par l'auteur ou le détenteur de la licence.

**Non commercial (NC) :** Vous ne pouvez pas utiliser ces travaux à des fins commerciales.

**No Derivative Works (ND) :** Vous ne pouvez pas modifier, transférer ou compléter ces travaux. Les utilisateurs ont le droit de copier, distribuer, afficher, traduire ou mettre en scène ces travaux sans autorisation écrite. En cas de réutilisation ou de distribution, vous devez indiquer clairement aux tiers les conditions de licence associées à ces travaux. Si vous utilisez ces travaux, vous êtes prié de faire mention du site web de la SLH et d'envoyer un exemplaire de vos travaux ou un lien à leur utilisation en ligne à l'adresse suivante : The Sanitation Learning Hub, Institute of Development Studies, University of Sussex, Brighton, BN1 9RE, Royaume-Uni ([SLH@ids.ac.uk](mailto:SLH@ids.ac.uk)).



Le présent document a été financé par l'Agence suédoise pour le développement international, SIDA. La SIDA ne partage pas nécessairement les avis exprimés dans ce document. La responsabilité pour son contenu incombe exclusivement aux auteurs.



## Remerciements

Les auteurs souhaitent adresser leurs vifs remerciements à toutes les personnes qui ont contribué aux études de cas nationales. Ils remercient également la Dr Elizabeth Wamera et VR Raman d'avoir révisé la publication et formulé de précieuses remarques et suggestions. Les auteurs souhaitent aussi remercier María Florencia Rieiro qui a préparé une revue documentaire des campagnes d'assainissement et d'hygiène en Amérique latine et centrale ainsi que Vinod Mishra pour ses multiples conseils techniques et la facilitation du processus.

## Sigles et acronymes

<b>OC</b>	Organisation communautaire
<b>ATPC</b>	Assainissement total piloté par la communauté
<b>S&amp;E</b>	Suivi-évaluation
<b>MICS</b>	Enquêtes en grappes à indicateurs multiples
<b>SIG</b>	Système d'information de gestion
<b>NARSS</b>	Enquête nationale annuelle sur l'assainissement (Inde)
<b>ONG</b>	Organisation non gouvernementale
<b>NSHCC</b>	Comité national de coordination de l'assainissement et l'hygiène (Népal)
<b>NSS</b>	Enquête sur un échantillon national (Inde)
<b>FDAL</b>	Fin de la défécation à l'air libre
<b>RICE</b>	Research Institute for Compassionate Economics
<b>SBM</b>	Mission <i>Swachh Bharat</i> (Inde)
<b>ODD</b>	Objectifs de développement durable
<b>SMS</b>	Service de messages courts/texto
<b>UNICEF</b>	Fonds des Nations Unies pour l'enfance
<b>CDV</b>	Comité de développement villageois
<b>WASH</b>	Eau, assainissement et hygiène
<b>CC-WASH</b>	Comité de coordination WASH (Népal)

## Définitions

### Campagne d'assainissement

Une campagne est un ensemble coordonné d'activités qui a pour objectif l'obtention du statut FDAL et des niveaux supérieurs de services d'assainissement et d'hygiène. Les campagnes ont souvent des livrables précis, sont hautement structurées et se déroulent selon un calendrier prédéfini.

### Cible

Progrès à notifier par rapport à des objectifs (tels que des ressources ou des populations).

### Suivi

Évalue et documente les progrès accomplis vers l'atteinte de l'objectif ultime, à savoir une communauté ayant le statut FDAL.

### Leaders naturels

Les leaders naturels sont des dirigeants communautaires qui sortent du lot lors du processus ATPC et contribuent à impulser l'élan vers l'obtention du statut FDAL au niveau local.

### Reporting

Les données sont généralement compilées par l'organisme de facilitation soit pour un suivi au niveau du projet soit pour être transmises à un système plus large d'information de gestion (SIG) sur l'ATPC ou des aspects plus vastes touchant à l'assainissement à l'échelle du district, de la région ou du pays. Le reporting se fait généralement sous forme de listes de contrôle.

### Vérification

La vérification est le processus d'évaluation du statut FDAL et du changement des comportements d'hygiène au sein d'une communauté en vue de sa certification.

### Certification

La certification est la reconnaissance officielle qui découle de l'obtention du statut FDAL et du respect des conditions associées.

### Assainissement total piloté par la communauté

Une méthodologie utilisée pour aider les communautés à mener leur propre évaluation et leur propre analyse de la défécation à l'air libre afin de prendre leurs propres mesures pour décrocher le statut FDAL.

## 1. Introduction

Beaucoup de gouvernements d'Asie et d'Afrique ont fixé des dates butoirs ambitieuses pour que leurs pays obtiennent le statut de fin de défécation à l'air libre (FDAL). Certains ont récemment achevé des campagnes nationales d'assainissement ; plusieurs d'entre eux ont des campagnes en cours et d'autres sont en plein processus de conceptualisation et de planification. L'un des principaux défis associés à ces campagnes consiste à suivre et rapporter les résultats. Ce numéro d'*Aux Frontières de l'assainissement* présente les leçons apprises à ce jour pour informer les campagnes gouvernementales en cours et futures en vue de mettre fin à la défécation à l'air libre et d'améliorer l'accès à un assainissement géré de manière sûre. Tout d'abord, nous discutons des campagnes, des cibles, du suivi, du reporting et des modalités de vérification pour montrer comment ces processus peuvent être utilisés pour accroître la crédibilité des déclarations nationales et renforcer les campagnes afin de relever différents défis. Ensuite, nous présentons des études de cas de l'Inde<sup>1</sup> et du Népal<sup>2</sup>, en donnant des détails précis sur les campagnes de ces deux pays qui ont récemment été déclarés FDAL.

## 2. Méthodes

Ce numéro de *Frontières* s'appuie sur une exploration mondiale des campagnes nationales d'assainissement. Nous avons réalisé une étude de la littérature afin d'identifier des études publiées ou non (entre les années 1970 et ce jour) en utilisant les termes « *sanitation* » [assainissement] ; « *campaign* » [campagne] ; « *national* » ; « *government-led* » [dirigé par le gouvernement]. Nous avons consulté des bases de données ainsi que des journaux individuels. Pour trouver des ressources non publiées et des documents de programme pertinents, nous avons aussi vérifié les sites internet de différents ministères/secrétariats et d'organismes de mise en œuvre. Nous avons réalisé ces recherches en anglais, en espagnol et en portugais. L'Inde et le Népal ont été sélectionnés comme études de cas car ces deux pays se sont récemment déclarés FDAL. Nous nous appuyons sur ces études de cas tout au long de ce numéro et nous fournissons des détails plus précis dans la section 10.

<sup>1</sup>. Santosh Mehrotra (2021) Monitoring India's National Sanitation Campaign (2014-2020).

<sup>2</sup>. Kamal Adhikari et Bharat Adhikari (2021) Nepal Sanitation Movement Lessons Learnt on Targets and Monitoring.

### 3. Campagnes nationales d'assainissement

Lorsqu'elles sont associées à des niveaux élevés d'application et à l'introduction de sanctions en cas de refus de construire ou d'utiliser des toilettes, les campagnes ont joué un rôle notable dans la diminution des taux de défécation à l'air libre. La plupart encouragent des comportements qui favorisent l'utilisation de toilettes et/ou le lavage des mains avec du savon. Beaucoup de gouvernements fondent leurs campagnes nationales sur l'assainissement total piloté par la communauté (ATPC) dans le but de changer les mentalités afin de mettre fin à la défécation à l'air libre. Les campagnes visent à éduquer, sensibiliser et encourager le public cible à changer son comportement pour faire de l'utilisation des toilettes non seulement un geste automatique et positif mais aussi une norme sociale.

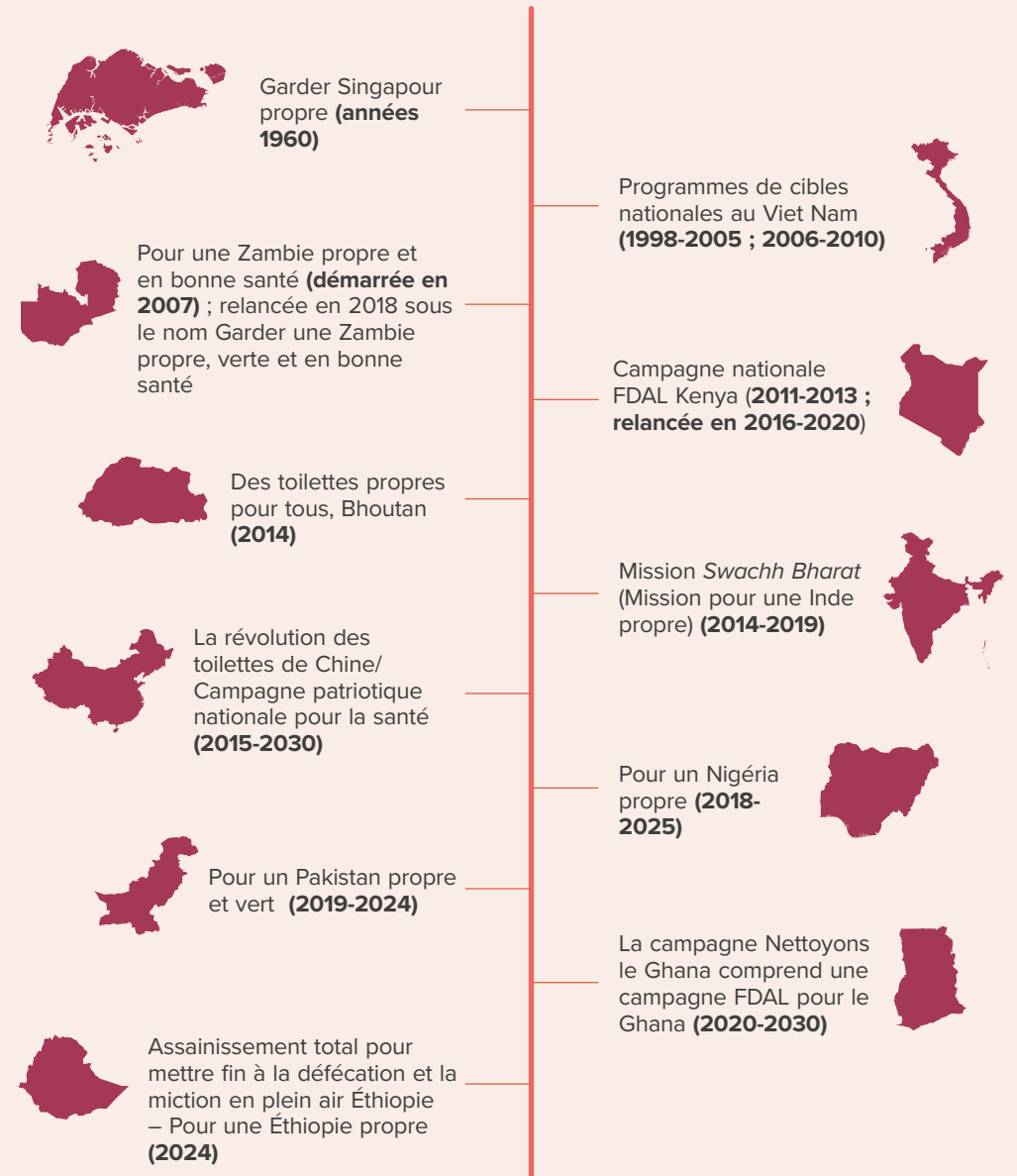
#### 3.1 Objectifs de campagne

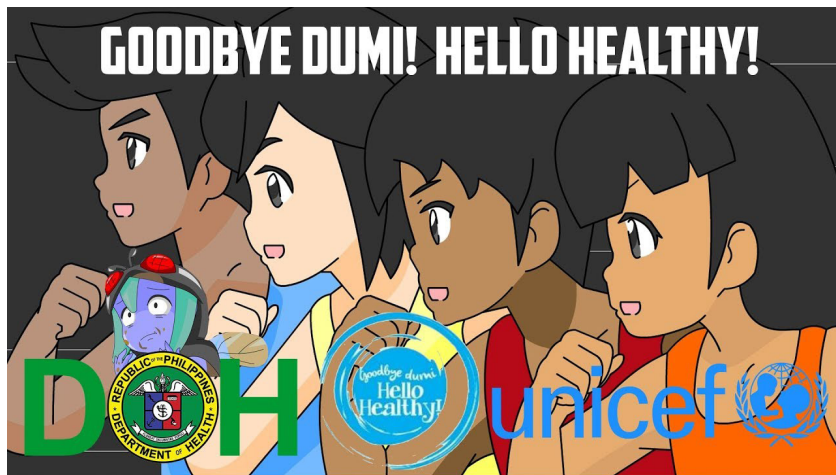
Les objectifs à long terme de la campagne sont soit de mettre un terme à la défécation à l'air libre soit de moderniser des toilettes. Les principaux objectifs varient légèrement d'un pays à l'autre ; beaucoup se concentrent sur la santé et la propreté, en s'appuyant sur des notions de patriotisme. Le tableau 1 donne quelques exemples de campagnes, leur nom, leur date et les thématiques associées.



Le ministère de l'Assainissement et des Ressources en eau, le ministère des Collectivités locales et du Développement rural ainsi que d'autres partenaires ont inauguré la campagne intitulée « Fin de la défécation à l'air libre » (FDAL) au Ghana, dans le cadre de la campagne Nettoyons le Ghana !

Tableau 1. Calendrier des campagnes désignées





La campagne « *Goodbye, Dumi! Hello, Healthy!* » [Au revoir, bêta ! Bonjour la santé !] soutient le programme Défécation Zéro en plein air (DZPA) du ministère de la Santé aux Philippines

### 3.2 Stratégies de campagne

Les campagnes devraient être impulsées par les données et s'appuyer sur des recherches formatives afin de comprendre les motivations clés à l'origine de la défécation à l'air libre (Czerniewska *et al.* 2019 ; Aunger *et al.* 2017). Des supports créatifs afin d'encourager un changement de comportement peuvent alors être commandités. Les messages devraient influencer les comportements et les attitudes à l'égard de la défécation à l'air libre et de la modernisation des installations sanitaires. Habituellement, les campagnes ont une thématique et un slogan (p. ex. « *Nipo Tayari* » [« Je suis prêt »] en Tanzanie qui associe la promotion des toilettes et le logement [Czerniewska *et al.* 2019], ou « je suis fier d'avoir des toilettes à la maison », et qui promeuvent la dignité comme incitation à mettre un terme à la défécation en plein air. Les campagnes utilisent souvent des canaux multiples, notamment les assemblées communautaires, les déclenchements, la télévision, la radio, les réseaux sociaux, les journaux, les annonces par haut-parleur, les publicités extérieures, les visites auprès des ménages, les réunions des collectivités locales et les rassemblements. Le succès d'une campagne dépend en grande partie de la collaboration des parties prenantes de divers secteurs.

### 3.3 Modalités de mise en œuvre

En général, les campagnes nationales d'assainissement sont coordonnées par le ministère chargé de l'assainissement avec l'appui des collectivités locales. Des partenaires de développement fournissent une assistance technique et/ou un suivi et un financement supplémentaire ; des organisations non gouvernementales (ONG) et communautaires (OC) réalisent les activités dans le cadre de leurs programmes d'assainissement et d'hygiène existants et le secteur privé fournit des entrepreneurs qui se chargent de la commercialisation, des matériaux et de l'expertise. Le tableau 2 reprend les rôles que les acteurs clés ont joués dans les campagnes à ce jour.

**Tableau 2. Acteurs clés et leurs rôles dans les campagnes**

Acteur	Rôles
Collectivités locales des districts/régions	Planification et supervision de la mise en œuvre de la campagne Formation à l'ATPC et déclenchement Formation en maçonnerie Promotion de l'hygiène à l'école Surveillance/suivi/supervision des niveaux les plus bas (quartiers et villages)
ONG/OC/OSC	Entreprendre les activités susvisées en appui aux collectivités locales Élaborer des supports promotionnels et exécuter des activités
Médias	Presse, radio, TV et réseaux sociaux
Partenaires de développement	Financement, assistance technique et appui à la coordination
Agences de commercialisation	Élaboration et test de messages et supports promotionnels Événements expérimentaux Production et placement médiatiques Appui commercial auprès des maçons
Ministère sectoriel et autres partenaires de développement	Coordination de la campagne Production, prétest et distribution des supports de formation Transferts budgétaires aux collectivités locales Suivi-évaluation national

Source : Élaboré à partir des supports de la campagne « *Nipo Tayari* » en Tanzanie

### 3.4 Protocoles de déclaration FDAL

Pour planifier une campagne, il est également nécessaire de clarifier les définitions du statut FDAL et de rédiger des lignes directrices concernant les procédures de suivi, de vérification et de certification. La certification est la reconnaissance officielle de l'obtention du statut FDAL et du respect des conditions associées. Des procédures de vérification à la fois internes (par le gouvernement/l'organisme de mise en œuvre et la communauté) et externes (par des organismes indépendants) sont recommandées. Une fois que chaque communauté, jusqu'à l'échelon administratif infranational le plus élevé, décroche le statut FDAL, il est raisonnable de déclarer la totalité du pays comme étant FDAL. Au Népal et en Inde, la déclaration nationale a été prononcée en partant du fait que tous les districts (Népal) ou les États/territoires de l'Union (Inde) avaient été déclarés FDAL.

#### Vérification interne

Les outils de vérification comprennent des enquêtes (de référence) et des contrôles ponctuels, des directives et des manuels ATPC, une enquête mobile téléversée sur le web, des données GPS, des entretiens auprès des ménages, des observations de terrain et des photos de toilettes.

Lorsqu'un village considère qu'il a atteint le statut FDAL, il demande une vérification formelle auprès des pouvoirs publics. Une vérification interne est requise pour s'assurer que la déclaration communautaire de statut FDAL est exacte et fiable. La certification correspond à la dernière étape de la procédure, lors de laquelle le ministère peut s'impliquer, mais cela n'est pas le cas pour toutes les communautés. Des équipes plurisectorielles peuvent procéder à des tests aléatoires sur les communautés déclarées FDAL afin d'évaluer si tout le monde utilise des toilettes ou s'il existe des traces visibles de défécation à l'air libre. Dans certains pays, une seule visite de contrôle par le personnel de l'échelon administratif immédiatement supérieur (p. ex. le niveau du quartier) et des villages voisins suffit pour la certification. Dans d'autres, le statut FDAL doit être maintenu pendant une certaine période à l'issue de la vérification, p. ex. deux mois au Kenya, trois mois en Éthiopie ou six mois au Nigéria, pour qu'une visite de certification définitive puisse déterminer de la durabilité du statut (Pasteur 2017).

#### Vérification externe

Dans certains cas, les données des systèmes de suivi gouvernementaux peuvent ne pas être fiables ou robustes ou il se peut qu'elles surestiment (accidentellement) les résultats. On a recours à une vérification par un organisme tiers pour réduire les risques de mauvaise estimation et accroître la transparence.

Une vérification externe pourrait être réalisée par les pouvoirs publics (un ministère différent), le personnel d'une ONG, des chercheurs, des consultants, des médias, d'autres personnalités officielles ou encore des bénévoles. Parmi les techniques permettant une vérification externe des résultats, on peut citer les contrôles aléatoires ponctuels des toilettes des ménages dans des communautés choisies au hasard. Toute disparité déclencherait une inspection plus poussée. La vérification par un organisme tiers au Kenya a été effectuée par des ONG, bien que le recours à des agents extérieurs en provenance d'autres districts soit chronophage et coûteux. Des organisations comme l'UNICEF ont payé pour qu'un vérificateur tiers surveille la qualité du processus ATPC ainsi que les résultats obtenus au Ghana et au Pakistan (Pasteur 2017). En Inde, des partenaires de développement gèrent des mécanismes annuels de vérification indépendante pour évaluer les retours éventuels à la DAL et les mesures d'atténuation possibles si cette régression est avérée.

#### Recommandations pour mettre en place des campagnes FDAL et des systèmes de déclaration

Les modalités de suivi des campagnes d'assainissement doivent être propres au contexte et proportionnelles au rayon d'action, sur la base des définitions nationales du statut FDAL et elles doivent inclure le suivi de l'utilisation des toilettes.

Le cumul de déclarations crédibles à des échelons administratifs inférieurs devrait logiquement déboucher sur une déclaration nationale de statut FDAL. Une déclaration de statut FDAL à l'échelle du pays devrait être utilisée comme un jalon (d'une campagne) et non comme l'aboutissement du voyage d'un pays vers un assainissement pour tous géré de manière sûre. Le fait que le statut FDAL n'est pas l'objectif suprême recherché doit être souligné dès le début de la campagne.

Le ministère chargé de la campagne ne devrait pas être celui qui est responsable du suivi et de la notification des résultats.

L'apprentissage par l'action et les échanges mettent en exergue l'importance que revêtent des systèmes de suivi, d'évaluation et d'apprentissage bien synchronisés.

La documentation de l'expérience des chefs de file est primordiale pour développer un état de l'art applicable aux campagnes d'assainissement.

Il faut une planification, une budgétisation et des protocoles appropriés pour les rôles et responsabilités de différents niveaux/acteurs, tout comme un juste équilibre entre la vérification interne et externe.

Les campagnes peuvent promouvoir une émulation constructive entre les zones administratives tout en maximisant la réalisation de résultats soutenus vers un niveau quasi universel.

Il convient de maintenir des niveaux de vérifications gérables pour les différents échelons administratifs.

## 4. Fixation de cibles

Les campagnes d'assainissement se composent d'une série d'actions structurées qui sont réalisées afin d'encourager des changements de comportement collectifs à l'échelle d'un pays. Le plus souvent, les cibles de la campagne comprennent :

- Un résultat – c.-à-d. les progrès accomplis pour mettre un terme à la défécation à l'air libre.
- Un calendrier – c.-à-d. une date butoir.
- Des cibles liées au processus – c.-à-d. le nombre de personnes qui seront touchées par la campagne.

### Défis que soulève la fixation de cibles

La fixation d'un objectif en vue d'atteindre le statut FDAL à une certaine date crée une situation de réussite ou d'échec. Des cibles atteintes ou manquées peuvent se révéler contre-productives si leur réalisation est l'objectif final recherché. Si de mauvaises cibles sont sélectionnées, un suivi ne peut pas résoudre le problème.

Atteindre une cible numérique, comme un taux de couverture en toilettes de 100 pour cent, fait que l'on risque d'occulter le but réel de la campagne. Un tel indicateur surveille ce qui est facile à mesurer, et non ce qui est important, comme l'utilisation de toilettes.

Si les cibles sont trop élevées (avec des délais trop serrés), cela crée du stress et un risque de démotivation ; mais si elles sont trop basses, cela peut engendrer du laisser-aller. Des calendriers qui manquent de réalisme peuvent réduire la qualité des résultats et engendrer des comportements négatifs imprévus, comme des agressions ou des abus commis pour atteindre les cibles.

Les campagnes peuvent être axées sur l'offre sans prêter suffisamment d'attention à la durabilité des infrastructures et des changements de comportement.

Les cibles peuvent engendrer de la désinformation, notamment une déformation des données ou une distorsion de la façon dont la campagne est gérée.

Des délais serrés créent un risque d'implications néfastes pour les changements de comportement et pour l'aide aux personnes qui sont laissées pour compte.

### 4.1 Produits/résultats ciblés

La surveillance des produits et résultats – suivi des progrès – évalue la progression vers l'obtention du statut FDAL au sein des communautés, des régions et des nations. Les campagnes fixent souvent des cibles pour l'obtention du statut FDAL ou pour les niveaux de couverture en assainissement. Bien que

la définition du statut FDAL et les conseils relatifs aux procédures de suivi, de vérification et de certification varient d'un pays à l'autre, la plupart font référence à l'absence de défécation à l'air libre dans l'environnement. L'obtention du statut FDAL fait souvent référence à l'utilisation à 100 pour cent d'un assainissement amélioré, mais certains pays sont déclarés FDAL alors que des ménages partagent les mêmes toilettes.

Dans le passé, des campagnes d'assainissement impulsées par l'offre ont fixé des cibles pour des réalisations telles que la construction de latrines, et par conséquent, elles ont surveillé les sommes dépensées et le nombre d'installations construites. Par exemple :

- Dans les années 1990, une campagne d'assainissement a été lancée au Bhoutan et a donné lieu à un « taux de couverture en latrines de près de 100 pour cent » en 2000. Malgré la « révolution des toilettes », ce taux de couverture impressionnant n'a, semble-t-il, pas débouché sur un taux d'utilisation élevé.
- De même, en 2012, la campagne *Nirmal Bharat Abhiyan* en Inde a ciblé une construction accélérée de toilettes et distribué des subventions en espèces pour la construction de latrines privées, au lieu d'encourager un changement de comportement. La performance n'a été mesurée qu'en termes de toilettes construites et non pas en fonction de leur adoption et leur utilisation.

Les campagnes impulsées par la demande ont surveillé les performances en matière d'accès et d'utilisation des toilettes ainsi qu'en création de communautés FDAL. Par exemple, au Bangladesh, entre 2003 et 2006, le gouvernement a touché toutes les régions du pays avec une campagne nationale d'assainissement qui avait pour cible « d'atteindre un taux de couverture de 100 pour cent en assainissement et de mettre un terme à la défécation à l'air libre dans les zones rurales d'ici en 2010 » (Ministère des Collectivités locales, du Développement rural et des Coopératives 2005).

### 4.2 Calendriers ciblés

Les calendriers des campagnes varient d'un pays à l'autre, bien que beaucoup optent pour une plage de 4 à 5 ans pour décrocher le statut FDAL. La durée de ces campagnes est souvent liée à un programme national économique ou de développement ou à un cycle électoral ou encore à la couverture en assainissement du moment (données de référence). Les pays adoptent aussi l'horizon temporel des cibles des ODD pour leurs campagnes et l'obtention du statut FDAL d'ici à 2025 n'est qu'un jalon dans l'atteinte des cibles des ODD. Cinq ans ou plus, c'est long pour qu'une campagne garde son élan initial.



Pourtant, des calendriers trop serrés peuvent faire que les résultats ne sont pas durables car les dates butoirs invitent à faire les choses à moitié et dans la précipitation ou à transmettre des rapports erronés. Dans certains endroits, les délais ont été prolongés ; ainsi, la campagne FDAL du Kenya en 2020 a été relancée afin de rajeunir et de dynamiser les acteurs. Au départ, il était prévu que la campagne népalaise dure sept ans mais elle a finalement continué pendant neuf ans en raison de l'impact des séismes et des inondations. Dans certains cas, de nouvelles campagnes sont lancées lorsque les dates butoirs initialement fixées ont été loupées (Inde, Indonésie).

Les opinions divergent sur la question de savoir si les campagnes sont plus réussies lorsqu'elles fixent des cibles réalistes et peuvent alors donner lieu à un changement durable au niveau des ménages, ou si le succès dépend de la fixation d'objectifs quasiment « inatteignables » (voir l'encadré). La fixation de cibles difficiles à atteindre peut mobiliser le gouvernement et la société civile pour tenter de les atteindre mais, d'un autre côté, la crainte de l'échec peut aussi se traduire par des incitations perverses à fausser les données et à gonfler les réalisations. On court alors le risque d'assister à une revendication du statut FDAL lorsque l'accès à l'assainissement est inférieur à 100 pour cent et la défécation à l'air libre toujours répandue.

### Exemple : Croire à l'impossible.

« Un moteur clé de la réussite du programme (lancé en 2014) a été « l'objectif fou et terriblement ambitieux » de faire que l'Inde « mette fin à la défécation à l'air libre » à compter du 2 octobre 2019. Les programmes de développement ordinaires tendent à être prudents, à ne pas prendre de risques et à fixer des objectifs plus réalistes. Par exemple, en 2016, le gouvernement de Tanzanie a fixé pour cible un taux de couverture en toilettes améliorées de 85 pour cent d'ici à 2030. Toutefois, de tels objectifs ne donnent pas une vision motivante et ne traduisent pas un sentiment d'urgence. SBM [la mission Swachh Bharat] montre aux autres pays que des projets ambitieux pour la transformation de l'assainissement peuvent galvaniser le changement de comportement au sein des institutions. »

Curtis, V. (2019) 'Explaining the outcomes of the 'Clean India' campaign: institutional behaviour and sanitation transformation in India' BMJ Global Health

## 4.3 Cibles liées au processus

Le suivi du processus, généralement assuré par le gouvernement ou les ONG, évalue la qualité et l'efficacité de l'intervention d'assainissement, telle que le style de facilitation, l'engagement des leaders naturels, la régularité et la portée du suivi, l'utilisation de chants et de slogans, et l'apparition de sanctions communautaires. Le suivi du processus comprend également le suivi des ressources financières.

### Le plus souvent, les indicateurs de processus comprennent :

- *Le nombre de réunions de campagne organisées* : au niveau régional ou du district.
- *Le nombre d'articles faisant mention de la campagne nationale dans les médias* ainsi que sur Internet, ou évoqués sur des pages Facebook et dans des tweets.
- *Les points presse organisés* : dossiers de presse distribués sur la campagne lors de conférences de presse locales ou nationales.
- *Le nombre de spots radio* : notamment des jingles ou des interviews avec des célébrités ou des dirigeants pour parler de la campagne lors d'une émission radiodiffusée.
- *Le nombre de spots TV* : publicités, vidéo-clips, programmes télé, reportages d'actualité sur la campagne.
- *Le nombre de personnes touchées par la couverture médiatique* notamment des messages à la radio, à la télévision, dans la presse, des SMS, des réseaux sociaux, un site web de campagne et autres.
- *Le nombre de discours prononcés* par des personnalités politiques en vue et à différentes occasions comme des rassemblements.
- *Le nombre d'événements spéciaux organisés*, p. ex. des rassemblements.
- *Le nombre de chefs religieux/faiseurs d'opinion touchés* par le ou les messages de campagne.
- *Le montant total des fonds (alloués et dépensés)* consacrés à la campagne.

Source : Élaboré à partir des supports de la campagne « Nipo Tayari » en Tanzanie



Clean Green Pakistan [Pour un Pakistan vert et propre – (CGP)] est une campagne phare sur cinq ans organisée par le Premier Ministre du Pakistan.

### Recommandations concernant la fixation de cibles

Choisir des cibles – aussi bien pour les résultats que les processus – qui ne limitent pas les améliorations. Considérer l’obtention du statut FDAL comme une réalisation importante mais aussi comme un jalon vers un assainissement géré de manière sûre. Déplacer l’accent pour qu’il ne soit plus mis sur l’atteinte d’une cible mais sur un changement d’aspirations, à savoir comment construire, ou acheter ou moderniser une latrine.

Créer des cibles qui couvrent les aspects véritablement importants plutôt que ceux qui sont simples à mesurer c.-à-d. créer des cibles comme l’obtention du statut FDAL ET le changement de comportement, ce qui veut dire un accès/une utilisation pérenne, y compris une modernisation progressive et l’atteinte d’un assainissement géré de manière sûre.

Trouver des moyens pour faire en sorte que ceux qui doivent les atteindre s’approprient les cibles et réagissent à ce que les parties prenantes considèrent comme important.

Éviter de nuire durant la campagne – intimidation, harcèlement, violence et coercition. La mise en application devrait s’effectuer sans pour autant exercer de pressions excessives sur les ménages. Intégrer des principes pour « ne pas nuire » et veiller à ce qu’ils soient intégrés dans tous les aspects de la campagne, clairement définis et communiqués. Comprendre et respecter les droits de l’homme dans les processus et concevoir des systèmes qui garantissent ces droits.

Pour encourager une meilleure fixation de cibles, les campagnes devraient définir des calendriers raisonnables en fonction de la situation de référence et des capacités et ressources disponibles.

Les données de référence devraient être partagées avec tous les acteurs pour qu’ils puissent apprécier ce vers quoi ils travaillent.

Développer des plans, des cibles, des jalons et des calendriers au niveau local pour atteindre des objectifs de couverture au niveau national. Dans l’idéal, cela devrait reposer sur une vision nationale claire, une feuille de route et une mission qui coordonne les acteurs et mutualise les ressources autour d’un projet commun. Nous suggérons un système de suivi en cascade qui surveille les changements au niveau infranational et national.

## 5. Facteurs de réussite dans l’atteinte des cibles d’une campagne d’assainissement

Des campagnes réussies tendent à inclure les facteurs suivants associés à un bon ciblage, un bon suivi et un reporting de qualité :

*Un appui total et sans faille des dirigeants politiques* au plus haut niveau est primordial. Si la campagne n’est pas soutenue par les dirigeants du ministère de la Santé ou du ministère des Approvisionnements en eau au niveau national et par les autorités locales au niveau infranational, elle a peu de chance d’être couronnée de succès au niveau du village. Les Premiers Ministres, comme Narendra Modi, et le Président Nana Addo Dankwa Akufo-Addo ont associé les campagnes d’assainissement et FDAL à leur propre crédibilité. En Inde, le Premier Ministre Modi a fait de la campagne d’assainissement l’une de ses priorités absolues et il a sillonné les rues pour lancer la campagne. L’Initiative présidentielle pour l’hygiène et l’assainissement a été inaugurée au Rwanda en 2010, la campagne Ghana devient FDAL a vu le jour en 2020, inaugurée par le Vice-Ministre de l’Assainissement et des Ressources en eau et le Président Nana Akufo-Addo a inauguré la campagne Nettoyons le Ghana ! en 2017. Le Premier Ministre Lee Kuan Yew, premier à ce poste, a donné le coup d’envoi de la campagne Pour garder Singapour propre (lancée en 1968 et maintenue durant les années 1970 et 1980). Le Premier Ministre du Népal a déclaré Kaski comme étant le premier district FDAL du pays en 2011 et le Président du Népal a officiellement prononcé le district de Bhaktapur comme étant FDAL lors de la 5<sup>e</sup> SACOSAN qui s’est tenue au Népal en 2013. Toutefois, lorsque des campagnes nationales d’assainissement font l’objet d’un engagement politique de haut niveau et constituent une priorité des partis politiques, cela peut créer des pressions qui incitent à gonfler les résultats.

*Planification adéquate soutenue par des politiques, des plans d’action et des feuilles de route* : Il est impératif d’avoir une politique nationale explicite. Dans les pays à structure fédérale, il est important de ne pas donner trop de choix aux autorités des États pour souscrire à la campagne : celle-ci doit être dirigée depuis le centre pour donner de bons résultats. Au Népal, la politique « un ménage, une toilette » dans le budget 2009/10 et le Plan directeur pour l’assainissement et l’hygiène 2011 a débouché sur la campagne nationale d’assainissement ; la cible nationale a ensuite été décentralisée de sorte que les autorités locales ont eu suffisamment d’autonomie pour fixer leurs propres cibles.

*Il faut un financement de l'assainissement suffisant et bien ciblé à tous les niveaux, notamment pour les zones rurales :* Le financement a un rôle primordial à jouer pour la réussite des campagnes, y compris celles qui utilisent une approche du genre de l'ATPC (USAID, 2018). Au Bangladesh, une directive nationale consacre 20 pour cent des budgets annuels de développement des autorités locales à l'assainissement. Des plans chiffrés et des feuilles de route FDAL ont aussi été élaborés au niveau des autorités fédérales/centrales ou de l'État/comté au Nigéria et au Kenya. Les modalités institutionnelles doivent aussi être soutenues par le financement nécessaire – les arrangements institutionnels ponctuels ne peuvent produire qu'une partie des résultats escomptés.

*Coordination institutionnelle :* Le fait de travailler sur une campagne implique d'attirer des institutions et des ressources pour contribuer à son exécution en tant que partenaires de financement et/ou de mise en œuvre. Par conséquent, une coordination à tous les niveaux s'impose pour accroître la collaboration entre les collectivités locales, les organisations de développement, les organisations de la société civile, les médias et le secteur privé. Les comités de coordination WASH (CC-WASH) au Népal, par exemple, ont joué un rôle décisif dans la collaboration intersectorielle et dans la synergie au niveau des villages, des quartiers, des municipalités, des districts et des provinces.

*Incitations personnelles au niveau de l'encadrement :* Les performances de la campagne peuvent influencer de manière positive la carrière des fonctionnaires, des agents de districts ou infranationaux et des chefs de village. Les champions de la campagne nationale d'assainissement sont souvent reconnus en public ; en Inde, le Premier Ministre a récompensé les meilleures performances de la campagne lors de cérémonies nationales. Au Népal, la reconnaissance d'une personne comme « ambassadeur de l'assainissement », « messenger de l'assainissement » ou encore « défenseur de l'assainissement » a dopé le moral pour revitaliser les actions sanitaires. Les récompenses et la reconnaissance des particuliers, des écoles et des collectivités locales pour leur contribution notable à l'assainissement ont responsabilisé certains individus et permis aux interventions sanitaires de gagner plus de rayonnement, tout en attirant d'autres cadres et d'autres individus dans les actions sanitaires. Toutefois, les incitations peuvent engendrer des pressions qui poussent à une surestimation des résultats – par conséquent, les récompenses et la reconnaissance devraient être associées à un solide système de suivi.

*Une attention à la technologie :* Les campagnes ont aussi englobé un examen du modèle de toilettes, par exemple pour inclure des modèles adaptés aux nappes phréatiques élevées ou aux zones inondables. La promotion de la technologie adaptée est absolument vitale, c.-à-d. qu'il ne faut pas faire la promotion de N'IMPORTE QUEL type d'assainissement mais plutôt promouvoir une qualité minimum capable de garantir des services de base ou gérés de manière sûre. La mission *Swachh Bharat* (SBM) a mis en place un comité d'experts pour les technologies d'assainissement innovantes ; toutefois, elle a aussi été critiquée pour avoir fait la promotion de doubles fosses sans tenir compte des conditions environnementales.

*Un mouvement social :* Les campagnes en Inde, au Népal et ailleurs ont été décrites comme un mouvement social pour mobiliser les dirigeants locaux, lever des fonds locaux et mettre en œuvre des initiatives de changement de comportement au niveau communautaire. La SBM a été transformée en mouvement populaire ou *Jan Andolan*, pour inspirer et motiver l'action collective. La campagne Pour un Nigéria propre a été conçue comme un mouvement social « transformationnel ». Le slogan « assainissement pour la santé, la dignité et le développement » a augmenté la portée de la campagne sociale d'assainissement au Népal.

*Application et sanctions :* Les campagnes peuvent être fragilisées par un manque de sanctions en cas de non-respect au niveau des ménages, de la communauté ou de l'administration. Une campagne a besoin d'un mécanisme d'application bien médiatisé pour donner l'impression qu'il existe une forte probabilité de « se faire prendre » si le ménage continue de déféquer en plein air ou s'il n'améliore pas sa latrine. Pour être plus efficace, l'application devrait prévoir une législation qui fait de la défécation à l'air libre un délit. L'inauguration en 1967 de la campagne pour Garder Singapour propre a été suivie de l'introduction d'une Loi sur la santé publique qui prévoyait des amendes pour le contrôle social. L'application de sanctions définies par la communauté (comme des amendes) peut aussi contribuer au résultat FDAL. Au Népal, la popularisation de la déclaration du Comité national de coordination de l'hygiène et l'assainissement (NSHCC) qui faisait de la « défécation en plein air » un crime social a permis aux collectivités locales, aux quartiers et aux communautés de faire appliquer un code social de conduite en matière d'assainissement. Toutefois, l'application et les sanctions devraient intégrer un principe de « ne pas nuire » pour éviter tout recours à des menaces, à l'humiliation ou l'intimidation de tiers pour les forcer à construire une latrine ou à changer leurs pratiques d'assainissement.

## Lorsqu'une campagne ne marche pas

Dans certains pays, le suivi a fait ressortir l'échec des campagnes d'assainissement. Par exemple, au Kenya, où la campagne FDAL dans les zones rurales du Kenya avait été lancée en 2011, à la fin de 2013, seuls 2 pour cent des villages avaient été certifiés FDAL. En Tanzanie, les résultats de la Phase 1 de la campagne nationale d'assainissement (2011-2015) ont montré que, dans les zones rurales, 92 pour cent de la population utilisaient encore soit des toilettes partagées (4 pour cent) soit des installations non améliorées (71 pour cent), ou pratiquaient encore la défécation à l'air libre (17 pour cent). Les campagnes précédentes en Inde ont aussi été systématiquement vouées à l'échec.

Parmi les raisons de cet échec, on peut citer :

- 1. Des méthodes inappropriées de mobilisation sociale, de génération de la demande et de changement de comportement :** Il n'y a pas de raccourcis pour décrocher le statut FDAL. L'exécution d'une campagne exige une foule de changements, qui sont mis en œuvre par étapes progressives. Il faut du temps pour un renforcement positif des bonnes normes d'hygiène et d'assainissement. C'est la raison pour laquelle les déclarations ne devraient pas être prononcées prématurément.
- 2. Les campagnes manquent de ressources ou n'ont pas de budget confirmé :** Au Nigéria, les autorités fédérales et d'État ont mis du temps à débloquent les fonds de la campagne Pour un Nigéria propre. Au Kenya, la campagne FDAL n'a pas réussi à mobiliser des investissements intérieurs pour l'assainissement, que ce soit auprès du secteur public ou privé. L'une des raisons du succès limité de la Phase 1 de la Campagne nationale d'assainissement en Tanzanie résidait dans le décaissement tardif des fonds depuis les caisses centrales jusqu'aux autorités locales (Roma *et al.* 2013).
- 3. Étiement après le lancement :** En Inde, la Campagne pour un assainissement total en 1999-2012 n'a pas réussi à produire l'accroissement espéré du taux de couverture en assainissement. Jairam Ramesh, à l'époque ministre indien du Développement rural, se lamentait en ces termes : « La campagne pour un assainissement total a été un échec. Elle n'est ni totale, ni une affaire d'assainissement, bref ce n'est pas une campagne »

(India Spend 2011). De même, les défenseurs WASH et les responsables gouvernementaux reconnaissent que peu de choses ont changé depuis le lancement de la campagne Pour un Nigéria propre (Adepoju 2019) ; quant à la campagne « Pour mettre fin à la défécation à l'air libre en milieu rural au Kenya d'ici à 2013 », elle n'a pas réussi à réunir un engagement des différents acteurs ou à mobiliser des partenariats locaux et des ressources.

- 4. Manque de cibles explicites pour toucher les personnes défavorisées ou un contexte sociogéographique particulier :** Les personnes et les lieux qui ont le plus besoin d'une intervention peuvent être négligés par la campagne, notamment les personnes souffrant d'un handicap, les groupes culturels ou ethniques et les communautés reculées.

## 6. Suivi

Le suivi est un élément clé des campagnes d'assainissement. Plusieurs aspects d'une campagne sont à surveiller pour mesurer les progrès par rapport aux objectifs de campagne. Mesurer efficacement les impacts exige une planification poussée dès le démarrage d'un programme et la collecte des données de référence.

### Les problèmes que soulève le suivi

**Les données administratives** peuvent être moins fiables que les données d'enquête. Les enquêtes (notamment les enquêtes de référence) et les recensements qui mesurent l'utilisation des toilettes par les ménages sont chronophages et coûteux. Les données de recensement sont finalement perçues comme donnant de meilleurs résultats que les enquêtes auprès des ménages et les données administratives, mais leur faible fréquence (tous les dix ans) est un inconvénient.

**Le manque de personnel** dans le système administratif et au niveau des quartiers/villages/hameaux peut constituer un problème. On peut déplorer un manque de personnel qualifié et un manque de savoir-faire en matière de suivi et de reporting en raison d'un manque de ressources, des démissions, et des mutations fréquentes des fonctionnaires.

**Incitations :** il y a peut-être un manque de compensation financière pour inciter les collecteurs de données à remplir les registres d'assainissement des ménages et un manque d'incitations à assurer un suivi dans les endroits particulièrement reculés.

**La qualité des données,** notamment les données qui manquent de fiabilité, qui surestiment l'atteinte des cibles de campagne, qui réconcilient les données de différents acteurs en un seul système national et qui font un double comptage entre les inventaires, est problématique. Les données administratives ont peu de chances d'être fiables si c'est le ministère qui mesure les produits et s'il est tenu de montrer des résultats. Les enquêtes de référence sont souvent réalisées rapidement, ce qui fait que certains ménages risquent d'être laissés de côté.

**Indicateurs :** en Inde, l'accent a été mis sur une donnée d'entrée (les subventions) et une donnée de sortie (le nombre de toilettes construites) au lieu de considérer une série de données d'entrée, de processus, de produits et de résultats. La confusion terminologique (amélioré/non amélioré ; urbain/rural) chez les collecteurs de données ou les méthodes de calcul entre le ministère des Statistiques et le ministère de l'Assainissement a aussi constitué un problème.

**Financement du suivi :** parmi les problèmes figurent le décaissement tardif/non fiable des fonds de suivi, les coûts imprévus de la collecte des données, la mauvaise planification budgétaire et la maigreur des fonds d'exécution et l'absence de budget pour des visites régulières de suivi aux communautés (transport, combustible et rafraîchissements).

**Temps requis :** En Inde, on a observé une transformation du suivi entre 2014 et 2019 qui est passé d'une évaluation des changements de comportement à une simple comptabilisation du nombre de toilettes à mesure que se rapprochait la date butoir pour l'obtention du statut FDAL en octobre 2019. Il peut aussi y avoir des retards entre la fin de la campagne et la construction d'une latrine par le dernier ménage d'un village. Des goulots d'étranglement dans les flux de données peuvent contrarier les efforts de suivi.

**La coordination** peut être un problème au niveau central, régional et du district ainsi que chez les principaux acteurs du secteur.

**La logistique :** les ménages dispersés qui sont difficiles à joindre même lorsqu'on dispose d'une voiture, d'une moto ou d'un vélo ont des répercussions sur le budget et le temps requis. Des moyens de transport inappropriés peuvent entraver les procédures de suivi.

## 6.1 Sources des données

Les données nationales sont souvent tirées de plusieurs grandes sources. Toutes sont importantes pour établir les données de référence d'une campagne et suivre ses progrès, car elles servent différentes fins et peuvent être complémentaires. (Robinson, 2021 ; Hucks et Axwesco, 2011)

- **Les données administratives** comptabilisent les infrastructures ou mesurent la couverture des services et elles sont recueillies par les ministères sectoriels dans le cadre d'un suivi systématique. Ainsi, une collecte mensuelle systématique des données des ménages par des bénévoles de la communauté et du personnel de programme ou des autorités locales est retransmise aux fichiers administratifs, tels que les inventaires et les bases de données sur l'eau et l'assainissement.
- **Enquêtes auprès des ménages :** les enquêtes en grappes à indicateurs multiples (MICS), les enquêtes démographiques et sanitaires et les études de mesure du niveau de vie sont généralement réalisées tous les deux à cinq ans, mesurent l'utilisation qui est faite de l'eau et l'assainissement et évaluent les comportements et les connaissances en la matière. Ces données sont recueillies par les bureaux nationaux de statistiques ainsi que les ONG partenaires et les agents de mise en œuvre des activités.
- **Recensements :** ces données sont généralement recueillies une fois tous les dix ans par les bureaux nationaux de statistiques ainsi que les ONG partenaires et les agents de mise en œuvre des activités. En Inde, le recensement de 2011 a révélé que 31 pour cent des habitants des zones rurales de l'Inde avaient accès à des toilettes, alors que le ministère de l'Eau et l'Assainissement avait rapporté un taux de couverture de 68 pour cent. En partie stimulé par les nouvelles données de recensement, un plus grand degré d'engagement de la part de l'encadrement supérieur est venu du ministère qui a rebaptisé la campagne pour un assainissement total sous l'appellation *Nirmal Bharat Abhiyan* en 2012.
- **Enquêtes de référence :** au Bangladesh, une enquête de référence dans tout le pays en 2003 révéla que seuls 33 pour cent des ménages avaient accès à des latrines hygiéniques alors qu'environ 55 millions de personnes (42 pour cent de la population) pratiquaient la défécation à l'air libre, et la majorité d'entre elles vivaient en zones rurales (ministère des Collectivités locales,

du Développement rural et des Coopératives 2005). En Inde, l'enquête de référence 2012 a été utilisée pour estimer la hausse du pourcentage de ménages disposant de toilettes en 2014 et pour mettre au point le système d'information de gestion. Toutefois, les faiblesses de l'enquête de référence peuvent avoir plusieurs ramifications. Le fait de s'appuyer sur les données de 2012 en Inde a fait que certains ménages ont été laissés de côté dans l'enquête, à savoir les ménages vivant au-dessus de la ligne de pauvreté, les nouveaux ménages, les migrants, etc.

- **Des évaluations communautaires** telles que les transects et les observations structurées des pratiques d'hygiène et d'assainissement des ménages par un observateur servent de processus de vérification chez certaines communautés FDAL. Le suivi communautaire est un outil utile de triangulation.

Outre le fait qu'il faut éviter de dépendre d'une seule source de données, il est également important de trouver un juste équilibre entre les processus et procédures officiels pilotés par les pouvoirs publics et l'appropriation du suivi par la communauté locale.

## 6.2 Fiabilité et exhaustivité des données

Il faut un système de suivi fiable et transparent pour enregistrer et notifier les résultats. Une surestimation des données d'assainissement ou le fait de gonfler les résultats des cibles de campagne peut s'expliquer à la fois par des systèmes de suivi précaires ou par des intérêts directs à défendre. Il faut peut-être des incitations pour pousser les agents des pouvoirs publics et d'autres responsables de la mise en œuvre de la campagne à agir de manière à réduire la possibilité d'omettre ou de communiquer de mauvaises informations et en sanctionnant les comportements opportunistes (comme la falsification des résultats du suivi).

### Informations erronées

Dans plusieurs pays, les systèmes nationaux de données sont fragiles, ce qui peut accidentellement se traduire par le partage d'informations erronées. Dans ces circonstances, il peut se révéler difficile de faire en sorte que le système national de suivi fournisse des informations fiables, ponctuelles et détaillées. Des doutes face à la véracité des données d'assainissement peuvent naître de :

- **Données de référence inexactes**, soit en raison des systèmes médiocres soit du fait d'enquêtes peu robustes. Les enquêtes de référence sont souvent effectuées dans la précipitation, au début d'une campagne. De ce fait, les données de référence peuvent ne pas être fiables et, par la suite, le reporting (même s'il est correct) ne donnera pas des totaux réalistes. Les rapports relatant les progrès accomplis seront donc en partie erronés en ce qui concerne la couverture totale.
- **Des listes incomplètes des communautés et des ménages**, en raison de la migration saisonnière (pour la pêche, l'élevage ou la moisson), de la création de nouveaux ménages ou communautés, ou au contraire, leur disparition, ou encore le fait que des ménages soient délibérément laissés de côté (p. ex. ceux considérés comme des opposants politiques ou faisant partie de minorités ethniques, groupes religieux ou culturels) (Robinson 2021).
- **Des problèmes de qualité des données** : il y a des différences dans les définitions/les catégories/les méthodes de collecte de données d'un fournisseur de données à l'autre. Il est rare qu'il y ait des systèmes en place pour vérifier la qualité des données au niveau du village, p. ex. au moyen de contrôles aléatoires pour repérer des erreurs des enquêteurs sur des registres papier ; il n'y a que peu d'encouragements pour inciter les collecteurs de données à rendre visite à chaque ménage et leurs capacités sont par ailleurs limitées. Il peut aussi se révéler difficile d'agréger les données, en particulier lorsqu'elles sont dispersées entre plusieurs acteurs et lorsque les rapports sont partiels (c.-à-d. en provenance de quelques communautés ou de quelques ménages seulement) ou lorsque les données sont collectées à des intervalles différents.
- **Longues chaînes de reporting** : les données de suivi peuvent remonter plusieurs maillons d'une chaîne allant de la communauté, jusqu'aux autorités locales ou aux partenaires, en passant par les vulgarisateurs, puis agrégées, peut-être au niveau national (Pasteur 2017), ce qui peut se traduire par des informations erronées.
- **Des enquêtes indépendantes qui en fait ne le sont pas vraiment** : il peut exister des conflits d'intérêts dans la conception et la mise en œuvre de ce genre d'études ou d'enquêtes. Par exemple, il a été signalé que l'une des clauses de l'Enquête nationale 2018-2019 sur l'assainissement rural (NARSS) en Inde stipulait que l'organisme responsable devrait revérifier ou reconfirmer

les résultats à ses propres frais s'il s'avérait que les objectifs visés dans les zones d'étude n'étaient finalement pas atteints – ce qui incitait à ne pas signaler de résultats négatifs.

### Exemple : Des enquêtes contradictoires en Inde

En Inde, des enquêtes représentatives nationales et régionales auprès des ménages sous l'égide du Bureau national des statistiques et de l'Enquête nationale sur la santé familiale révèlent des écarts avec les données administratives des pouvoirs publics (y compris l'Enquête nationale annuelle sur l'assainissement, NARSS et l'Enquête sur un échantillon national). Les enquêtes indépendantes par des organisations telles que RICE renferment aussi des données contradictoires.

- Le recensement de 2011 a trouvé que 31 pour cent des ménages disposaient de toilettes.
- L'enquête de référence 2012 a signalé que la couverture réelle en toilettes était de 36 pour cent des ménages.
- Une enquête nationale du Bureau national des statistiques en 2018 a révélé que 28,7 pour cent des ménages ruraux n'avaient pas d'accès à des toilettes et que 32 pour cent pratiquaient la défécation à l'air libre. À l'époque, la Mission SBM prétendait que 6 pour cent seulement des ménages indiens n'avaient pas accès à des toilettes.
- Un sondage réalisé par le Research Institute of Compassionate Economics (RICE) (Gupta *et al.* 2019) a révélé qu'entre 42 pour cent et 57 pour cent des habitants de plus de deux ans en milieu rural dans quatre États (Uttar Pradesh, Bihar, Rajasthan et Madhya Pradesh), pratiquaient la défécation en plein air – l'estimation qui prévaut est de 43 pour cent.
- Les données de l'Enquête nationale sur la santé familiale 5 (2018-2019) ont révélé que la population vivant dans des ménages disposant d'installations sanitaires améliorées atteint à peine 45,7 pour cent dans le Bihar, 63 pour cent dans le Gujarat, 69 pour cent dans le Maharashtra, et 64,7 pour cent dans le Bengal occidental ; toutefois, ce taux est de 98 pour cent dans le Kerala.

### Désinformation

Les campagnes nationales d'assainissement exigent une intervention très impliquée des pouvoirs publics, dirigée par des échelons supérieurs dès le début de la campagne. De ce fait, les campagnes d'assainissement font souvent l'objet de désinformation. Le suivi peut alors se limiter à l'atteinte de cibles de performance prédéclarées, qui sont manipulées pour montrer qu'elles ont été atteintes.

Il existe plusieurs exemples de campagnes qui sont le projet phare d'un Premier Ministre ou d'un président. Les campagnes du sommet vers la base, impulsées par des cibles, peuvent encourager des incitations contre-productives associées au suivi et au reporting. Les archives de l'administration peuvent se révéler peu fiables, notamment si le ministère qui dirige le programme mesure aussi les produits et les résultats et s'il est tenu d'afficher des résultats. Un symptôme de cet état de fait est la « déclaration anticipée » pour devancer les résultats par des responsables publics qui rechignent à admettre la réalité ou dont l'avancement de carrière personnelle dépend du succès de la campagne. La surestimation des résultats peut être une façon d'acquiescer ou de garder le pouvoir, de gagner en popularité, de faire progresser une carrière ou d'obtenir des récompenses (sous forme de fonds ou de voix). Si les cibles sont atteintes, les réalisations sont célébrées publiquement au niveau local et national ainsi que dans la presse, à la télévision et sur les réseaux sociaux ; les dirigeants communautaires peuvent aussi être récompensés ou « marquer des points » s'ils déclarent que leur communauté a décroché le statut FDAL.

La manipulation des résultats fragilise les déclarations des campagnes nationales d'assainissement. Si l'assainissement devient un enjeu politique, impulsé par le parti au pouvoir, il peut être clivant et ignoré, voire rejeté, par les partis d'opposition. Les campagnes de nature politique liées à un mandat ne fournissent guère d'occasions pour suivre et évaluer les résultats à long terme. Les responsables qui résistent aux pressions leur intimant de surévaluer les résultats risquent d'être pénalisés. Il y a des lanceurs d'alerte – notamment des fonctionnaires d'un moindre échelon, des experts ou des chercheurs – qui allèguent faire l'objet de représailles ou de menaces pour s'être opposés de vive voix à un suivi inexact et à de fausses déclarations de statut FDAL. D'un autre côté, les responsables peuvent aussi être tentés de sous-évaluer leur niveau d'assainissement de base afin d'attirer des ressources sur une période prolongée grâce à la campagne.

### 6.3 Systèmes de suivi

Les systèmes de suivi sont chargés de surveiller les progrès vers les cibles nationales et infranationales (voir la section 4). Le système de suivi repose généralement sur des registres villageois tenus par les communautés et conservés par elles. Les données sont recueillies par des bénévoles et des vulgarisateurs de la communauté à intervalle mensuel ou hebdomadaire. Les registres surveillent les progrès de chaque ménage dans l'amélioration de leurs installations sanitaires et des totaux mensuels sont rapportés aux quartiers et aux districts. Les résultats au niveau du district sont alors agrégés par les autorités locales ou par du personnel de programme d'une ONG, qui transmettent ensuite les données pour un suivi national (Robinson, 2021). Le système de suivi du statut FDAL est généralement intégré dans des systèmes de suivi publics à l'échelle du pays, qui bien souvent adoptent des tableaux de bord des tendances et des résultats. Les systèmes de suivi nationaux pour l'assainissement et l'hygiène ne comprennent souvent que quelques indicateurs critiques qui sont surveillés à l'échelle du pays tout entier. Les systèmes de suivi-évaluation (S&E) utilisent différentes méthodes d'évaluation avec des outils et des processus multiples à divers moments pour brosser un tableau détaillé du changement.

**Acteurs chargés du suivi :** Les activités de suivi sont menées par une variété d'acteurs au sein des pouvoirs publics, notamment à tous les niveaux des autorités infranationales et dans divers ministères et institutions nationales responsables de l'eau, l'assainissement, la santé ou la planification, ainsi que par les bureaux nationaux de statistiques (Robinson, 2021). En outre, des ONG, des bailleurs de fonds et des organismes onusiens mesurent l'accès et les progrès accomplis. Un suivi périodique peut également être réalisé par des personnes qui sont payées pour entreprendre des évaluations. Des bénévoles communautaires, des comités WASH au sein de la communauté et des vulgarisateurs publics dans le domaine de la santé peuvent aussi être impliqués ainsi que des chefs de villages, des chefs religieux, des bénévoles de la santé et des enseignants. Dans certains cas, toutefois, ceux qui sont chargés du suivi sont les mêmes personnes qui ont facilité le déclenchement ATPC, ce qui peut engendrer quelques risques de conflits d'intérêt. Il y a aussi des acteurs qui font appliquer la loi ; par exemple, des prévôts de l'assainissement de la Brigade nationale d'assainissement au Ghana veillent au respect du règlement en matière d'assainissement. L'équipe de suivi et d'action au Népal procède à une vérification croisée des réalisations notifiées par le biais de visites de terrain et de consultations avec les parties prenantes.

**Renforcement des capacités :** Les campagnes se concentrent souvent sur la collecte des données sans accorder suffisamment d'attention à l'amélioration des processus de planification et de renforcement des capacités pour le suivi. Peu de campagnes ont défini des jalons et fixé des cibles pour le renforcement des systèmes nationaux et des capacités de suivi. Le renforcement des capacités dans les statistiques et le secteur WASH est aussi important pour développer une appréciation commune des méthodes et des procédures de suivi (Hucks & Axwesco, 2011). La formation et l'orientation des responsables et des enquêteurs au niveau infranational avec les outils de terrain pour la planification et le suivi renforcent la qualité et la fiabilité des systèmes publics pour consigner et rapporter les résultats.

**Systèmes de coordination :** L'utilisation de différentes approches, de méthodes et de définitions variées et de multiples sources de données crée un risque de confusion, de duplication des efforts et de contradictions entre les chiffres nationaux des différentes agences gouvernementales (Robinson, 2021 ; Hucks & Axwesco, 2011). Grâce au dialogue et à la coopération, des mécanismes de coordination (tels qu'une équipe centrale de coordination ou un mémorandum d'accord entre les acteurs du secteur) peuvent rassembler les acteurs afin de promouvoir des normes harmonisées pour un suivi du secteur, de coordonner des enquêtes et des recensements réalisés par les bureaux nationaux de statistiques avec les ministères sectoriels et de permettre la réconciliation entre les organismes nationaux et les ensembles de données sectoriels et statistiques.



## Recommandations pour le suivi

Les campagnes nationales exigent des méthodes et procédures de suivi harmonisées pour une collecte opportune et fiable des données, leur vérification, leur traitement et des définitions.

Les objectifs devraient inclure un résultat (p. ex. le statut FDAL) et un calendrier (une date butoir) et être liés au processus (personnes touchées par une activité donnée ou budget dépensé). Les cibles devraient être conjointement planifiées avec les différents acteurs.

Une unité spéciale ou un cadre institutionnel s'imposent pour coordonner les différents organismes nationaux d'assainissement et les organisations de suivi.

Les bases de données et les outils d'enquête devraient être alignés pour éviter les disparités entre les données et les définitions des différentes enquêtes.

Il est important de motiver les collecteurs de données afin de garantir une collecte des données de qualité. Prévoir des motivations pour répondre aux questions de type « qu'est-ce que je peux y gagner ? » des collecteurs de données communautaires et des fonctionnaires subalternes et de haut rang, p. ex. par la reconnaissance et par une supervision bienveillante.

Développer une appréciation commune des méthodes et procédures de suivi au sein des statistiques et du secteur WASH. Harmoniser la méthodologie et mettre au point un guide de formation accessible à tous.

Réaliser un suivi conjoint avec les pouvoirs publics, les médias et les Comités WASH de façon que toutes les parties prenantes détiennent des données. Les équipes de suivi conjoint peuvent motiver les enquêteurs et les fonctionnaires subalternes.

Triangler les données administratives avec les observations des ménages, les archives communautaires, le respect des protocoles nationaux, les observations ponctuelles sur le terrain, et les enquêtes indépendantes avec une estimation représentative à l'échelon national du statut FDAL.

Les données ventilées peuvent être utilisées pour évaluer les effets de la campagne en termes de distribution (c.-à-d. quels bénéficiaires profitent le plus, et où ?). Employer des définitions claires des groupes vulnérables et des valeurs aberrantes pour faire en sorte que le changement souhaité de comportement soit adopté par ceux qui sont laissés de côté.

Avoir recours à des enquêtes auprès des ménages pour surveiller la disponibilité et l'utilisation des toilettes, le lavage des mains avec du savon à des moments critiques et les signes de défécation à l'air libre à proximité des ménages.

Pour toucher 100 pour cent des ménages, il faut une enquête de référence précise qui englobe aussi les « ménages laissés de côté ». Dans l'idéal, faire en sorte que le début de la campagne coïncide avec le recensement national pour garantir une base de référence crédible.



## 7. Reporting

Un reporting transparent augmente la visibilité quant à la progression des campagnes et aux mesures qu'elles prennent pour atteindre les objectifs. Les stratégies pour garantir la transparence dans le processus de suivi peuvent améliorer la fiabilité de l'information. Les rapports peuvent être présentés sur des sites web accessibles par le public, sur des réseaux sociaux, par les médias, lors d'événements, de conférences et de visites individuelles.

### Les problèmes que soulève le reporting

Les mécanismes de reporting, tels que les tableaux de bord, ne sont efficaces que si les données sur lesquelles ils s'appuient sont exactes.

L'interopérabilité entre les ensembles de données et les systèmes déployés par différents secteurs et organismes.

Une approche volontariste du reporting/de la mise à disposition des informations de campagne n'est pas sans poser de problèmes.

Les exécutants de la campagne ne sont pas toujours motivés pour publier les informations de campagne – les incitations pour rapporter les faits et dénoncer les échecs font défaut.

Il y a aussi des variations (inévitables) dans la quantité et la qualité des données de campagne signalées.

### 7.1 Mécanismes de reporting propres aux campagnes d'assainissement :

*Un tableau de bord en ligne* : des données sont téléchargées (souvent mensuellement) pour permettre une visualisation en temps réel des indicateurs de performance. Par exemple, le Ghana dispose du Système d'information sur l'assainissement de base et le Nigéria détient la plateforme *Clean Nigeria*. L'Inde dispose d'un portail en ligne sophistiqué pour suivre les dépenses budgétaires et les progrès accomplis par rapport aux cibles de construction de toilettes. Le Népal dispose d'un tableau de bord pour le suivi de sa campagne, mais il n'est pas accessible au public. Les tableaux de bord peuvent rendre les progrès plus transparents ; ils peuvent aussi être utilisés pour un leadership politique afin de mettre en avant le succès de la campagne. Toutefois, les exemples de réduction du nombre de villages FDAL en raison d'une régression sont rarement capturés.

*Photos* : En Inde, après leurs visites sur le terrain, les agents de sous-district téléchargent des photos géolocalisées de toilettes nouvelles construites au moyen d'une appli mobile, souvent sur un site web consultable par le public.

*Tableaux de ligue* : La Tanzanie et le Ghana ont des initiatives de classement des districts en fonction de leur niveau de progression en assainissement, ce qui permet de mettre en avant les succès et les écarts entre les districts. En Tanzanie, les districts les mieux classés ont été récompensés publiquement par le Premier Ministre durant la semaine annuelle de l'assainissement et publiés par tous les médias du pays.

*Panneaux d'affichage dans les lieux publics* : ceux-ci fournissent un résumé des informations locales sur le statut FDAL.

## 7.2 Mécanismes généraux de reporting :

- *Rapports des organismes de mise en œuvre* : à leurs bailleurs de fonds et aux pouvoirs publics (nationaux et infranationaux), au secrétariat de campagne, aux partenaires de développement, etc. Les rapports peuvent être de différents types : rapports d'enquête de référence, comptes rendus d'événements, rapports d'avancement, rapports de suivi, etc.
- *Partage d'informations entre responsables* : le suivi parallèle et le dépistage des pannes grâce à des plateformes de chat en ligne, de type WhatsApp, se sont révélés une stratégie en temps réel qui a donné de bons résultats dans de nombreux districts indiens et au niveau national. Parmi les exemples venant de l'Inde, on peut citer des conférences mensuelles en visio entre le ministère et des responsables d'État clés et des visites de terrain ou des mises à jour quotidiennes sur des groupes WhatsApp. Les conférences sur l'assainissement ont été utilisées par le Népal et la Thaïlande ; en Thaïlande, une conférence a été organisée à intervalles réguliers aux niveaux national et provincial entre les responsables de l'assainissement et les agents de la santé pour passer en revue les progrès, identifier les problèmes et suggérer des solutions pour améliorer la situation (Punpeng 2007).
- *Les systèmes d'information de gestion (SIG)* facilitent la compilation des indicateurs d'assainissement et le suivi des progrès. Le Népal gère un Projet national de gestion de l'information qui renferme une base de données nationale sur l'eau et l'assainissement et, en Zambie, le ministère du Développement de l'Eau, de l'Assainissement et de la Protection de

l'Environnement utilise son système d'informations sanitaires sur les districts comme plateforme pour le SIG WASH et le suivi de l'assainissement rural.

- *Des examens sectoriels communs à l'échelle nationale* fournissent une tribune pour faire le point des progrès, passer en revue les programmes et l'apprentissage croisé entre les pouvoirs publics et les organismes extérieurs. Ces examens sont souvent organisés annuellement dans des pays comme l'Ouganda, la Tanzanie, le Kenya, l'Éthiopie, le Malawi et le Nigéria.
- *Bulletin sur l'assainissement* : au Népal, le NSHCC a produit une publication régulière intitulée *Sarsafai Sandesh* (L'actualité de l'assainissement).

## 7.3 Reporting citoyen et par les médias

Un examen indépendant permet d'ériger une culture de la transparence, de la confiance et de la reddition de comptes lors des campagnes. Les campagnes d'assainissement sont généralement largement médiatisées dans les journaux, en ligne et par le biais des plateformes des réseaux sociaux. Les médias peuvent être une force puissante pour contrôler les faits, mettre en doute les affirmations et fournir des rectificatifs. Au Népal, le Forum des journalistes WASH a participé à la campagne ; de même, le Réseau des journalistes WASH du Ghana et la Coalition des médias contre la défécation en plein air ont été impliqués dans leur campagne nationale. Les médias peuvent jouer un rôle d'investigation, exposer au grand jour les échecs dans l'atteinte des cibles FDAL et informer le débat public ; on citera, par exemple, la manchette suivante « Le Népal déclare avoir mis fin à la défécation à l'air libre mais des personnes font encore leurs besoins en plein air » (Mandal 2019) ou « Pourquoi la campagne du Nigéria pour mettre fin à la défécation en plein air est-elle un échec » (Adepoju 2019). Les capacités des journalistes à rendre compte de l'assainissement ont été renforcées dans un certain nombre de pays ; par exemple, tous les ans WaterAid gère un Programme de bourse pour les médias en Inde et au Pakistan et le Conseil de concertation pour l'approvisionnement en eau et l'assainissement organise une bourse pour les médias au Cambodge et il promeut également des réseaux de journalistes spécialisés en WASH en Tanzanie, en Éthiopie et au Malawi. Par ailleurs, les réseaux sociaux offrent des occasions pour garantir le suivi et la redevabilité des campagnes. De fait, certaines campagnes ont un compte Facebook ou Twitter, par exemple #LetsCleanGhana pour la campagne nationale d'assainissement du Ghana. Les reporters citoyens ont aussi un rôle à jouer dans le suivi des campagnes. Dans certains cas, les citoyens ont mis

en doute la véracité des revendications de la campagne concernant l'obtention du statut FDAL. Les utilisateurs des réseaux sociaux ont fourni des rectificatifs, bien souvent en images. En particulier, le reporting citoyen peut dénoncer les cas de désinformation ou le préjudice qui est subi du fait de la campagne pour l'obtention du statut FDAL.

### Recommandations pour le reporting

Les résultats sur les cibles préalablement convenues (p. ex. utilisation des toilettes plutôt que l'accès) devraient être notifiés de façon cohérente tout au long de la campagne.

Encourager la reddition de comptes sur la situation réelle : les approches fondées sur des cibles incitent souvent les gens à surestimer ou à sous-estimer les résultats.

L'engagement des médias peut dynamiser la campagne et contribuer à plus de transparence. La formation des journalistes et la distribution de fiches techniques sur les campagnes d'assainissement à l'intention des médias peuvent limiter la communication d'informations erronées.

Le reporting peut aider le public à mieux comprendre la campagne et à y être plus sensible. Faire en sorte que le public puisse facilement suivre et évaluer les déclarations de progrès.

Une large adhésion des comités de vérification et de certification du statut FDAL (parties prenantes du gouvernement, membres de la communauté et organismes extérieurs) peut réduire la communication d'informations erronées dans le cadre des campagnes.

Un organisme extérieur – vérification par un tiers – peut rassurer sur le fait que les mécanismes de suivi utilisés pour rapporter les résultats sont fiables. Les mesures de réparation des préjudices sont également importantes.

Les rapports de performance visuels encouragent la transparence sur l'exécution de la campagne et font qu'il est possible d'identifier immédiatement les écarts journaliers, hebdomadaires, mensuels ou annuels.

La mobilisation de plusieurs services au sein des pouvoirs publics peut se traduire par plus de transparence, de confiance et de redevabilité.

Donner aux communautés (qui sont les détenteurs de droits) les moyens d'obliger les garants des droits à leur rendre des comptes. Renforcer la voix et la participation des citoyens pour accroître la réussite de la campagne. Créer des espaces d'autodéclaration par les communautés, en complément des garants des droits.



## 8. Limites des campagnes

Les campagnes doivent être réalistes du point de vue de ce qu'il est possible de réussir. Ainsi, il faut faire preuve de réalisme au moment de définir :

- Le calendrier de campagne et les résultats à obtenir, en considérant le niveau de référence de l'utilisation d'un assainissement amélioré.
- Les ressources disponibles pour mettre en œuvre la campagne et assurer son suivi.
- Les processus de vérification, déclaration et certification ainsi que les liens entre la déclaration locale et celle au niveau national.
- Il faut reconnaître que le statut FDAL n'est pas une garantie d'accès total et d'utilisation à 100 pour cent des toilettes. Le statut FDAL fait généralement référence à la réduction à zéro (ou à un taux cible extrêmement bas préalablement convenu) de défécation à l'air libre dans une zone géographique définie. L'éradication de la défécation à l'air libre exige des efforts délibérés et des mesures continues pour empêcher la régression.

### Les problèmes que soulève le réalisme

Le statut FDAL n'est pas une propriété acquise et immuable de la communauté. Une campagne ayant un objectif de type succès/échec sera probablement contre-productive, surtout si le système WASH est incapable de soutenir cette norme de façon fiable.

Une fois que l'engagement politique en faveur des campagnes prend fin, les ressources humaines/le budget pour une utilisation assidue et une modernisation des installations sanitaires pour arriver à des services gérés de manière sûre peuvent également diminuer.

Il est difficile d'évaluer ou de comparer l'efficacité des campagnes. Les contraintes financières peuvent brider les processus d'évaluation, avec une évaluation qui a lieu avant que la campagne soit menée à bien et qui se compose juste d'une enquête avant et après l'intervention.

Une fois qu'un village ou une unité administrative de niveau supérieur se déclare FDAL, le suivi des réalisations (comptage des toilettes) s'arrête mais, dans l'idéal, le suivi des résultats (entretien et utilisation des toilettes) se poursuit. Au fil du temps, les toilettes s'effondrent ou débordent, des personnes s'installent dans la communauté, d'autres reviennent à leurs anciens comportements, ou certains membres d'un ménage n'utilisent pas des toilettes tout le temps (Coffey et Spears 2014). Ainsi, il se peut que des communautés ayant été déclarées FDAL assez tôt dans la campagne ne soient plus totalement FDAL lorsque la totalité du pays est prononcée FDAL. L'expérience en provenance du Népal souligne qu'il est impératif que toutes les parties prenantes soient d'accord pour dire qu'une déclaration nationale peut être faite, lorsque 100 pour des districts sont déclarés FDAL, si tous les protocoles et processus prédéfinis sont suivis. Cela exige aussi une appréciation commune de ce que cela veut dire que de déclarer un pays FDAL lorsque certains districts ont été certifiés des années avant. La surveillance et le suivi postérieurs à l'obtention du statut FDAL peuvent contribuer à empêcher la régression et sont essentiels pour la crédibilité de la déclaration nationale. Le suivi postérieur à l'obtention du statut FDAL pourrait inclure des enquêtes formelles (telles que des contrôles de durabilité par des tiers), des enquêtes périodiques sur les attitudes envers le statut FDAL et le profilage des personnes qui refusent d'abandonner la défécation en plein air.

La fin de la campagne est juste un jalon le long de la route et non pas l'arrêt du travail ou la fin du voyage. Les travaux de « nettoyage » pour s'assurer de l'intégrité du statut FDAL se déroulent généralement durant la période post-FDAL. Au Népal comme en Inde, le statut national FDAL était considéré comme la première étape vers un assainissement total qui a été annoncé durant la déclaration nationale. La durabilité postérieure à la déclaration FDAL est un élément critique des projets d'assainissement total au Népal ou de la phase 2 de la mission SBM-G en Inde. Le maintien du statut FDAL peut être intégré dans les programmes post-FDAL afin de renforcer et de préserver le changement de comportement sur le long terme. Ces programmes surveillent les risques de régression dans le changement de comportement et visent des éléments supplémentaires ayant trait au lavage des mains, à la propreté de la maison, à la gestion des déchets solides et liquides, etc. En Inde, les *swachhagrahis* (bénévoles) sont l'un des facteurs clés pour l'obtention du statut FDAL et son maintien par la suite par le biais d'activités post-FDAL. Au Népal, l'étude de 2016 sur la durabilité du statut FDAL dirigée par le NSHCC donne un aperçu concret des facteurs qui contribuent au dérapage/à la régression. Les problèmes identifiés par les études, les enquêtes et le suivi sur le terrain, de même que

les éventuelles mesures correctives, ont été discutés lors de réunions et d'ateliers de bilan, de planification et d'avancement pour les CC-WASH au niveau local et du district. Les stratégies post-FDAL devraient aussi considérer ce qui se produira lorsque la fosse se remplira et ce qui pourra être fait pour faire progresser les communautés le long de l'échelle de l'assainissement. La révérification périodique est une autre forme de suivi post-FDAL qui est parfois préconisée. Au Pakistan, la certification FDAL expire après six mois et l'équipe de vérification doit se déplacer de nouveau sur site. Au Botswana, on recommande une enquête semestrielle après la certification FDAL (Pasteur 2017).

### Recommandations en matière de réalisme

Être réaliste dans la progression vers un objectif FDAL en adoptant un calendrier/une date faisable.

L'assainissement est un processus progressif et continu. Le statut FDAL est un premier jalon le long du voyage de l'assainissement. À l'issue de la campagne, il est nécessaire de continuer les efforts pour progresser vers un assainissement géré de manière sûre.

Fixer des objectifs de campagne pour démontrer une amélioration constante vers un assainissement géré de manière sûre. Cela exige que toutes les parties prenantes repensent non seulement la façon dont les campagnes d'assainissement sont mises en oeuvre mais aussi la façon dont les réalisations sont rapportées. En particulier, un cadre et des trajectoires définissant des objectifs à moyen et long terme s'imposent.

De nouvelles mesures et des ressources complémentaires (notamment une allocation budgétaire continue et un plan pour un assainissement géré de manière sûre) sont requises de la part des pouvoirs publics et des organismes partenaires.

## 10. Études de cas

### Campagne d'assainissement au Népal

#### Vue d'ensemble de la campagne :

Le Premier Ministre a donné ordre aux secrétaires de différents ministères d'apporter leur soutien à une campagne FDAL à l'échelle du pays dans leur budget et programmes. Parmi les activités de campagne figuraient des approches ATPC et un assainissement total piloté par l'école, un « déclenchement sectoriel » (déclenchement de différents acteurs du secteur du développement), des sommets, conférences et événements d'apprentissage WASH, des activités d'assainissement lors de manifestations culturelles et de festivals, des rassemblements et des processions au niveau des communautés et des écoles, du théâtre, des chants et des danses.

#### Cibles :

Le Plan directeur de 2011 sur l'Assainissement et l'Hygiène fixe comme objectif national l'obtention du statut FDAL pour le pays tout entier en 2017, avec trois jalons en matière de couverture en toilettes dans les ménages : 60 pour cent en 2012/13, 80 pour cent en 2014/15 et 100 pour cent en 2016/17. Ces jalons ont été fixés sur la base des données primaires produites par le Projet national de gestion de l'information, le SIG du ministère alors chargé des Approvisionnements en Eau et de la Gestion des Eaux usées. Dans le cadre national, les districts étaient libres de fixer leurs propres cibles et jalons. Le Plan directeur fixait des critères précis pour des latrines améliorées avec des sous-structures permanentes, ce qui incitait les ménages à faire un investissement ponctuel dans des toilettes durables.

#### Défis :

Le Népal a loupé la date butoir initiale de 2017 sous l'effet conjugué des séismes de 2015, des inondations de 2017 et 2019 dans le Terraï, des

grèves politiques et de la restructuration de l'ensemble du pays en un système fédéral. Un autre défi a été un défaut d'expertise sectorielle au niveau des collectivités locales, et un manque de gestion financière, de durabilité et de coordination entre les trois niveaux du gouvernement. Si les CC-WASH locaux et de district ne parvenaient pas à atteindre les résultats escomptés, le NSHCC organisait une réunion avec les CC-WASH, les médias et les OSC pour définir une stratégie d'actions. L'une de ces réunions s'est tenue dans le district de Kapilvastu en 2018, pour confier aux autorités de quartier la responsabilité d'intensifier le suivi et d'en rendre compte lors de réunions avec les CC-WASH.

#### Résultats :

Le statut FDAL a été déclaré par des *toles*, des quartiers, des circonscriptions scolaires, des municipalités ou des communes rurales jusqu'au niveau du district sur la base d'un protocole bien défini. Une réunion conjointe organisée le 25 septembre 2019 avec le Comité directeur national de l'assainissement et l'hygiène (NSHSC), le NSHCC et les parties prenantes a décidé à l'unanimité de faire une déclaration de statut FDAL à l'échelle du pays. Le 30 septembre 2019, le Premier Ministre du Népal, KP Sharma Oli, a déclaré que le Népal était une nation FDAL sur la base des déclarations faites par 753 autorités locales et 77 districts. D'après le secrétariat du NSHCC, la couverture en assainissement était de l'ordre de 99,5 pour cent en juin 2019 ; toutefois, le MICS 2019 signalait que le taux de défécation à l'air libre au Népal était supérieur à 5 pour cent des ménages (4,2 pour cent en milieu urbain et 6,7 pour cent en milieu rural).

#### Mécanismes S&E utilisés :

- Le Plan directeur soulignait le suivi au niveau national et infranational. Il obligeait le NSHSC, le NSHCC et les CC-WASH à rendre des comptes pour diriger le suivi, la vérification et la déclaration de statut FDAL. Les CC-WASH ont suivi un protocole ordinaire de suivi, vérification et déclaration. Toutefois, le format du reporting était conçu pour répondre aux besoins de la situation locale.
- Parmi les activités de suivi figuraient le suivi du processus par les CC-WASH et les organismes de mise en œuvre ; le suivi des résultats sur

la construction et l'utilisation de toilettes et de postes de lavage des mains par les CC-WASH ; un suivi qualitatif ainsi qu'un autosuivi organisé par des groupes communautaires, des groupements de femmes et des clubs scolaires.

- L'équipe de suivi du NSHCC et des CC-WASH était dirigée par des fonctionnaires et comprenait 7 à 9 membres qui représentaient des membres des CC-WASH, des médias, des organisations de la société civile, et des comités d'utilisateurs.
- Les communautés ont été suivies par des CC-WASH au niveau du quartier. La zone de quartier était suivie par le Comité de développement villageois (CDV) et par des CC-WASH municipaux. Le CDV et les zones municipales étaient suivis par des CC-WASH de districts. À leur tour, les districts étaient suivis par des CC-WASH provinciaux (ou les CC-WASH régionaux de l'époque).
- Un suivi intensif au niveau central dans les districts affichant du retard a été assuré par des Équipes de suivi et d'action ainsi que par des membres du NSHCC et de son groupe d'action.

### **Partage des connaissances, apprentissage et adaptation**

- Les problèmes de dérapage/régressions ont été identifiés grâce à des études de durabilité du statut FDAL, qui étaient utilisées par le NSHCC pour s'attaquer aux difficultés – notamment dans les districts du Terrai.
- Un suivi conjoint au niveau local et du district a mis l'accent sur les responsabilités collectives des parties prenantes pour cartographier la situation actuelle sur le terrain, faire une vérification croisée des données existantes et promouvoir une culture qui met en avant la fidélité du reporting. Des visites d'étude par le CDV/la municipalité et des visites d'apprentissage sectoriel conjoint permettaient la vérification croisée des travaux entrepris par les organismes de mise en œuvre et favorisaient l'apprentissage entre pairs.
- Des rapports de suivi étaient discutés lors des réunions du NSHCC et des CC-WASH. Les organismes de mise en œuvre partageaient leurs

données dans le cadre d'une réunion conjointe d'avancement avec les CC-WASH et les parties prenantes et ces données faisaient l'objet d'une vérification croisée avec d'autres CC-WASH.

### **Facteurs de réussite dans le suivi du succès**

- Le Plan directeur d'assainissement et d'hygiène (2011) et l'équipe de suivi du NSHCC/niveau central ont joué un rôle dans la coordination des parties prenantes nationales et infranationales. Le Népal a exploité un arrangement institutionnel intersectoriel bien établi (national, infranational et de district) en matière de suivi qui englobait du personnel administratif, des ONG, des médias et des membres du comité de l'assainissement et du comité des usagers de l'eau. Un protocole d'accord entre les collectivités locales et les partenaires de développement a également soutenu la coordination.
- Chaque district et chaque CDV avait son propre plan d'intervention FDAL ; leurs cibles et jalons étaient fonction de leur statut en matière d'assainissement et des capacités des parties prenantes. Un suivi était réalisé sur la facilité d'utilisation, la durabilité et les comportements en matière d'assainissement.
- Un suivi indépendant par les médias et le Forum des journalistes WASH a joué un rôle crucial en termes de surveillance mais aussi pour garder un élan (politique) et renforcer la redevabilité. Par exemple, la manchette « Le district du Premier Ministre (Jhapa) n'a pas encore décroché le statut FDAL » publiée par un quotidien national a déclenché une action à travers tout le pays.
- Des missions ponctuelles supplémentaires ont été utilisées pour résoudre les questions et stimuler les zones retardataires. Le NSHCC a lancé la « Mission d'assainissement du Terrai » à partir de 2014 pour tenir compte de la réticence des parties prenantes à travailler dans les districts du Terrai dont la couverture en assainissement était faible. La Mission d'assainissement du Terrai a attiré une large attention politique et le suivi s'est intensifié au Terrai.

- Les organismes de mise en œuvre ont reçu un paiement axé sur les réalisations au moment de l'obtention du statut FDAL, ce qui les a rendus pleinement responsables en les forçant à rendre des comptes précis sur les résultats, et cela s'est révélé un critère crucial de la mise en œuvre.

### Que faire à présent ? Progression vers un assainissement total :

Le Népal a déclaré son intention d'arriver à un assainissement total, conforme aux ODD. L'assainissement total est un prolongement du mouvement FDAL pour les ménages, les écoles, les établissements de santé et d'autres institutions. Il englobe, notamment, le lavage des mains avec du savon à des moments critiques ; la manipulation et le traitement sûrs de l'eau de boisson au niveau des ménages ; une bonne hygiène personnelle ; ainsi qu'une gestion sûre des déchets solides et liquides. Les collectivités locales mettent au point des plans WASH pour identifier les manques de ressources financières et techniques pour la mise en œuvre des programmes d'assainissement et d'hygiène et elles contribueront aussi à déterminer les façons de combler ces lacunes.

### Principaux acquis/enseignements

- La campagne d'assainissement a rassemblé les activités communautaires d'assainissement en cours selon des processus de planification, fixation de cibles, financement et suivi au niveau local et de district. Les facteurs de succès comprennent : des objectifs clairs pour le secteur de l'assainissement, des buts nationaux communs, des cibles bien définies, des responsabilités clairement cernées et partagées entre les parties prenantes, une feuille de route claire pour le Plan directeur de l'assainissement et l'hygiène en 2011. Les autorités locales et du district avaient toute liberté pour fixer les jalons et les cibles à atteindre (dans la limite de la date butoir nationale) en fonction de leur statut et des capacités des parties prenantes. En particulier, la structure du comité de coordination était l'une des caractéristiques clés du succès au Népal pour un leadership crédible plurisectoriel de la campagne à tous les niveaux.

- L'engagement intersectoriel *Nepalgunj* et les Déclarations de Surkhet sur l'assainissement, prononcées après les flambées de choléra, en 2009, ont galvanisé la campagne d'assainissement dans l'ouest du pays. Les signataires des déclarations lors de ces conférences sur l'assainissement étaient collectivement responsables de la réalisation de l'objectif d'assainissement.
- La déclaration nationale était toutefois une source de préoccupation : certains districts qui s'étaient déclarés FDAL plus tôt durant la campagne risquaient de régresser tandis qu'un effort précipité cherchait à faire en sorte que les districts restants deviennent FDAL. Toutefois, il a finalement été accepté que si tous les districts étaient déclarés FDAL, le statut national FDAL pourrait être annoncé – à condition que les pouvoirs publics considèrent le statut FDAL comme un simple jalon et l'assainissement total comme l'objectif supérieur à atteindre.
- Les cibles aux niveaux national, du district et local comprenaient des jalons pour une planification, un suivi, une motivation efficaces et enfin une déclaration FDAL. Les déclarations au niveau local et du district ont permis de maintenir la transparence de la campagne.

---

Source : Kamal Adhikari et Bharat Adhikari (2021) Nepal Sanitation Movement Lessons Learnt on Targets and Monitoring

## La Mission Swachh Bharat – Grameen (Campagne pour une Inde propre)

### Vue d'ensemble de la campagne :

Le Premier Ministre indien a inauguré la Mission Swachh Bharat le 2 octobre 2014. Dans le cadre de cette mission, tous les villages, *gram panchayats*, districts, États et territoires de l'union en Inde avaient pour objectif de se déclarer comme ayant mis « fin à la défécation en plein air » en octobre 2019 au plus tard. Cela nécessitait la construction de plus de 100 millions de toilettes dans les zones rurales de l'Inde. Les activités réalisées dans le cadre de la Phase I de la Mission Swachh Bharat (SBM) ont englobé la promotion de comportements FDAL dans les villages, des messages de célébrité, des campagnes médiatiques, des slogans, une appli SBM, des manifestations et bien d'autres choses encore.

### Cible :

La SBM s'attachait à décrocher le statut FDAL dans les zones rurales, par l'échelon administratif le plus bas, le *gram panchayat*, ou l'organe au niveau des villages, du nom de *Panchayati Raj* (regroupant les échelons du village, du bloc et du district). D'après les buts fixés par la mission, chaque ménage de chaque village de l'Inde qui n'avait pas de latrine individuelle devait en construire une avant le 2 octobre 2019, date du 150<sup>e</sup> anniversaire de Mahatma Gandhi.

### Mécanismes S&E utilisés

- Les lignes directrices prescrivaient des mécanismes de suivi, mais ceux-ci étaient principalement liés au décaissement des fonds et à la construction de toilettes. Ces mécanismes comprenaient : des rapports d'avancement, des réunions de Comité d'examen des performances, des programmes de responsables de secteur, un suivi et une surveillance au niveau des districts et des comités de suivi au niveau de l'État/du district. Un système de suivi en ligne a été mis au point pour saisir les données au niveau des ménages recueillies à partir de l'enquête de

référence. Une application mobile pour le téléchargement des photos des toilettes construites après le 2 octobre 2014 a été mise en place. Les photos étaient géolocalisées.

- Un indice *swachhata* (propreté) a été mis au point afin de mesurer le niveau de propreté des villages. Celui-ci comprenait des facteurs comme l'accès à des toilettes sûres et la présence de signes visibles de propreté à proximité des ménages et des lieux publics.
- Le premier niveau de suivi était de veiller à ce que tous les ménages soient couverts. Des *Swacchagrahis* (agents locaux d'assainissement) au niveau du *gram panchayat* (GP) ont réalisé l'enquête, en géolocalisant les données et en les téléchargeant au niveau du bloc. Dans chaque bloc, des fonctionnaires de ce niveau, p. ex. des coordonnateurs des ressources du bloc ou du cluster ont compilé les données et les ont soumises aux districts, où elles ont été vérifiées et validées.
- Le deuxième niveau de suivi était lié au déblocage des fonds par les districts pour la construction de toilettes. Cela s'effectuait en deux ou trois phases et dépendait des progrès de la construction. Les bénéficiaires étaient tenus d'investir leur propre argent pour construire des toilettes (moyennant une subvention de 12.000 roupies). Des photos ont été téléchargées par les *swacchagrahis* et les fonctionnaires de bloc, qui ont ensuite été approuvées et les fonds ont été débloqués soit par le GP, soit par le bloc à l'intention du bénéficiaire et directement sur son





compte. Cela permettait de garantir le versement ponctuel des fonds et d'éviter les risques de détournement ou de mauvaise utilisation.

- Un système de gestion des fonds publics a été mis en place pour suivre les flux de financement depuis l'État jusqu'aux bénéficiaires.

### Résultats :

Il a été signalé que plus de 100 millions de toilettes avaient été construites depuis le 2 octobre 2014 et, le 2 octobre 2019, le Premier Ministre indien a annoncé que tous les *gram panchayats* s'étaient déclarés FDAL. Il n'a pas dit pour autant que le gouvernement de l'Inde déclarait le pays comme ayant le statut FDAL.

### Partage des connaissances, apprentissage et adaptation

- Des ateliers de renforcement des capacités, des conférences et d'autres activités d'apprentissage avec d'autres équipes d'État et de district ont été agressivement promus.
- Le suivi a permis l'identification des problèmes qui se sont présentés, ce qui a ainsi facilité un dépistage des problèmes. Ainsi, au moment de fournir des explications sur les raisons pour lesquelles des gens renonçaient à construire des toilettes, la disponibilité de sable a été signalée comme un problème. La question a été soumise au receveur du district, qui s'est engagé publiquement à ce que du sable soit fourni gratuitement pour la construction de toilettes.

### Succès

- On a constaté une hausse remarquable du nombre de ménages disposant d'une latrine individuelle depuis 2014. Le nombre total de ménages indiens ayant abandonné la défécation à l'air libre entre 2014 et 2019 est probablement plus élevé que tous les progrès cumulés observés ailleurs dans le monde, même si la couverture et l'utilisation de toilettes par les ménages sont probablement beaucoup plus basses que ne le laisse entendre le gouvernement.

- Un SIG est en place depuis le début de la SBM sur le site web du ministère de l'Assainissement du gouvernement Indien ; il indique combien de toilettes ont été construites et quels districts ont atteint le statut FDAL (défini comme étant la présence de latrines individuelles dans 100 pour cent des ménages).
- Des rôles importants ont été joués par a) le leadership politique en faveur de la campagne ; et b) le leadership administratif assumé par des fonctionnaires de haut rang. Le cabinet du Premier Ministre a suivi de près les progrès tout au long de la campagne. Le chef de service du ministère de l'Assainissement a exercé une pression constante sur les secrétaires en chef de chaque État, receveurs/magistrats de district et sur le secrétaire d'État de chaque service d'assainissement tout au long de la campagne.

### Défis

- Une campagne pour arriver à une couverture en latrines de 100 pour cent des ménages nécessite une enquête de référence précise. Or, les données s'appuient sur une enquête de 2012 réalisée dans la précipitation et avec des ressources limitées, ce qui fait que des inexactitudes se sont glissées dans les résultats. Certains ménages ont été oubliés – que l'on a par la suite qualifiés de « non inclus dans l'enquête de référence » – et certains foyers constitués de plusieurs familles ont été divisés en plusieurs ménages.
- Une enquête réalisée par le Bureau national des statistiques sur un échantillon représentatif du pays tout entier a révélé qu'en septembre 2018, 28,7 pour cent des ménages ruraux de l'Inde n'avaient pas accès à des toilettes et 32 pour cent pratiquaient la défécation à l'air libre. À l'époque, les données officielles de la SBM prétendaient que 6 pour cent seulement des ménages indiens n'avaient pas accès à des toilettes. Ces données officielles ne venaient pas seulement du gouvernement indien mais elles étaient aussi appuyées par ce que l'on qualifiait d'Enquête nationale annuelle sur l'assainissement. D'après celle-ci, presque tous les ménages (97 pour cent) qui avaient des toilettes les utilisaient.

De même, l'Enquête sur un échantillon national (NSS) indiquait que 95,2 pour cent des ménages ruraux dotés de toilettes les utilisaient régulièrement.

- D'autres enquêtes extérieures, comme l'enquête RICE de 2018, ont révélé que la proportion était peut-être plus faible que les rapports en déduisaient des données administratives, avec un écart considérable de l'utilisation d'un ménage à un autre (Gupta *et al.* 2019).
- D'autres problèmes étaient liés aux définitions de la défécation à l'air libre. La SBM définissait le statut FDAL comme une utilisation à 100 pour cent des toilettes au niveau des ménages, mais la NSS retenait un seuil de 50 pour cent.

### Enseignements

- Si la SBM a indéniablement amélioré l'assainissement, l'Inde est sans doute loin d'avoir mis complètement fin à la défécation à l'air libre, puisque plusieurs enquêtes indépendantes montrent que la couverture réelle est bien inférieure à celle qui ressort des rapports officiels. À mesure que la date butoir pour l'annonce du statut FDAL de l'Inde (octobre 2019) s'approchait, les pressions croissantes ont fait que l'on a eu recours au comptage des toilettes au lieu de suivre les changements de comportement.
- La crédibilité des déclarations FDAL au niveau de l'État/du village était mise en doute par les pouvoirs publics eux-mêmes, de sorte que le Premier Ministre a précisé que la déclaration de statut FDAL à l'échelle nationale était fondée sur les conseils villageois (*gram panchayats*) qui s'étaient autoproclamés FDAL.
- Si l'administration a tenté de recueillir des informations concernant l'utilisation, cela aurait dû être intégré aux données du SIG parallèlement à un mécanisme plus robuste pour suivre l'utilisation des toilettes.
- Le système de suivi (et les ressources associées) aurait dû être ajusté pour faire face à l'accroissement du nombre de toilettes construites.

Le suivi de la Phase 2 de la SBM aurait dû accorder une attention spécifique aux ménages véritablement vulnérables et démunis qui avaient été laissés de côté.

### Que faire à présent ? Progression vers un assainissement total

FDAL-plus est un concept important dans le cadre de la Phase 2 de la SBM. La Phase 2 de la SBM a été annoncée alors même que l'Inde déclarait le statut FDAL du pays. Pour faire suite au succès de la campagne d'assainissement, le gouvernement indien a inauguré une Stratégie décennale pour l'assainissement 2019-2029. Celle-ci met l'accent sur le besoin des États de continuer leurs efforts afin de préserver les progrès de la Phase 1 de la SBM grâce au renforcement des capacités, à l'information, l'éducation et la communication, à la gestion des déchets organiques et plastiques, la gestion des eaux grises et des eaux noires. Toutefois, le financement disponible en soutien à la Phase 2 a été réduit.

---

Source : Santosh Mehrotra (2021) Monitoring India's National Sanitation Campaign (2014-2020)

## 9. Conclusions

Les pays comme l'Éthiopie, la Tanzanie, le Nigéria, le Ghana, le Kenya, l'Afrique du Sud, la Chine, les Philippines, l'Indonésie et le Pakistan gèrent des campagnes d'assainissement fixant des cibles pour éliminer la défécation à l'air libre ou arriver à une couverture en toilettes de 100 pour cent d'ici à 2030 au plus tard. Mais l'expérience mondiale – y compris au Népal et en Inde – révèle que des écarts et des défis en termes de suivi sont apparus dans l'évaluation des effets à court et long terme des campagnes nationales d'assainissement. La date butoir d'une campagne peut souvent créer des pressions pour user d'expédients ou accélérer le processus. Il y a quelques recommandations clés qui peuvent être utilisées indépendamment du contexte pour améliorer le réalisme du suivi des campagnes d'assainissement.

	Recommandations
Fixation de cibles	La fixation de cibles difficiles à atteindre présente des avantages et des inconvénients : cela peut mobiliser le gouvernement et la société civile pour tenter de les atteindre mais, d'un autre côté, la crainte de l'échec peut aussi se traduire par des incitations perverses à gonfler les réalisations. Les cibles relatives au statut FDAL devraient être considérées comme un jalon sur la route vers un assainissement pour tous géré de manière sûre. Dresser un plan décrivant comment les cibles numériques et les calendriers ont des chances d'être respectés.
Suivi	Le suivi permet de rendre compte des progrès réalisés par rapport aux cibles fixées. Utiliser des sources de données multiples pour réaliser le suivi et vérifier les progrès équitables vers le statut FDAL et au-delà, c.-à-d. des données administratives, des données d'enquête et de recensement, en prenant soin de garantir la cohérence des échelles de mesure.
Reporting	Les systèmes de reporting devraient être conçus pour répondre à des besoins variés et aux multiples façons de partager les informations de suivi. Associer la soumission de rapports aux échelons supérieurs (au ministère ou au bailleur de fonds) à un partage d'informations et de rapports entre les différents acteurs de la campagne et en créant des occasions pour encourager une participation citoyenne directe dans le cadre du reporting.

**Réalisme** Les calendriers et les cibles devraient être réalistes en fonction des niveaux de référence de la couverture et des ressources disponibles. Convenir d'un processus clair pour faire des déclarations FDAL au niveau supérieur (p. ex. national) une fois que toutes les zones du pays sont certifiées et encourager une solide appropriation locale de la campagne par le biais d'un suivi communautaire interne. Le statut FDAL ne garantit pas un accès à 100 pour cent à des toilettes ni leur utilisation systématique. Voir s'il serait bon d'envisager des politiques de renouvellement de la certification.

## Apprentissage et priorités de recherches

Les campagnes nationales d'assainissement impulsées par le gouvernement ont généralement prôné « l'apprentissage par l'action », y compris la mise en place de procédures de suivi efficaces. Rares sont les pays qui ont évalué leurs campagnes. Ainsi, il est difficile d'évaluer ou de comparer l'efficacité globale des campagnes. Compte tenu du nombre de campagnes nationales en cours, il est important de partager les enseignements et les expériences pour veiller à ce qu'elles fassent constamment l'objet d'améliorations. Il faut plus d'apprentissage et de recherches sur la manière de concevoir et de mener à bien une campagne, notamment la « science » du suivi des campagnes d'assainissement aux niveaux national et infranational.

## Références

- Adepoju, P. (2019) 'Why Nigeria's Campaign to End Open Defecation is Failing', DevEx, 19 août, [www.devex.com/news/why-nigeria-s-campaign-to-end-open-defecation-is-failing-95448](http://www.devex.com/news/why-nigeria-s-campaign-to-end-open-defecation-is-failing-95448) (consulté le 16 avril 2021)
- Adhikari, K et Adhikari Sharma, B Nepal Sanitation Movement Lessons Learnt on Targets and Monitoring, Sanitation Learning Hub case study, juin 2021
- Aunger, A, White, S., Greenland, K. et Curtis, V. (2017) Behaviour Centred Design: A Practitioner's Manual. London School of Hygiene and Tropical Medicine Version 1 février 2017, <https://www.lshtm.ac.uk/sites/default/files/2017-03/BCD%20Manual.pdf> (consulté le 4 mai 2021)
- Coffey, D. et Spears, D. (2014) 'How Can a Large Sample Survey Monitor Open Defecation in Rural India for the Swatch Bharat Abhiyan?', [www.susana.org/\\_resources/\\_documents/\\_default/3-2176-7-1424791330.pdf](http://www.susana.org/_resources/_documents/_default/3-2176-7-1424791330.pdf) (consulté le 16 avril 2021)

Curtis, V. (2019) 'Explaining the Outcomes of the "Clean India" Campaign: Institutional Behaviour and Sanitation Transformation in India', *BMJ Global Health* 4, <https://gh.bmj.com/content/4/5/e001892.info> (consulté le 16 avril 2021)

Czerniewska A., Muangi, W.C., Aunger, R. *et al.* (2019) 'Theory-Driven Formative Research to Inform the Design of a National Sanitation Campaign in Tanzania', *PLoS One* 14:e0221445

Gouvernement de l'Inde (2021) Swachh Bharat Mission – Gramin, <https://sbm.gov.in/sbmReport/home.aspx> (consulté le 16 avril 2021)

Gupta, Aashish, *et al.* "Changes in open defecation in rural north India: 2014-2018." (2019). e IZA Institute of Labor Economics. <http://ftp.iza.org/dp12065.pdf>

Hucks L. et Axwesco F. (2011) East Africa data reconciliation workshop, WaterAid, OMS, UNICEF.

India Spend (2011) 'A Not So Total Sanitation Campaign', India Spend, 21 novembre, <https://archive.indiaspend.com/investigations/a-not-so-total-sanitation-campaign-33415> (consulté le 16 avril 2021)

Mandal, C. K. (2019) 'Nepal Declared Open Defecation Free, But People are Still Relieving Themselves Outdoors', *The Kathmandu Post*, 1<sup>er</sup> octobre, <https://kathmandupost.com/national/2019/10/01/nepal-declared-open-defecation-free-but-people-are-still-relieving-themselves-outdoors> (consulté le 16 avril 2021)

Mehrotra S. Monitoring India's National Sanitation Campaign (2014–2020), Sanitation Learning Hub case study, juin 2021

Ministère des Collectivités locales, du Développement rural et des Coopératives, Division des collectivités locales, République populaire du Bangladesh (2005) 'National Sanitation Strategy'

NSHCC (National Sanitation and Hygiene Coordination Committee), Népal (2020) 'Open Defecation Free Nepal: Narration of the Journey'

Pasteur, K. (2017) 'Keeping Track: CLTS Monitoring, Certification and Verification', <https://sanitationlearninghub.org/resource/keeping-track-clts-monitoring-certification-and-verification/> (consulté le 19 avril 2021)

Punpeng, T. (2007) 'Universal Sanitation – Thailand', [www.wsp.org/sites/wsp.org/files/session2thailand.pdf](http://www.wsp.org/sites/wsp.org/files/session2thailand.pdf) (consulté le 16 avril 2021)

Robinson, A. (2021) 'Monitoring and Evaluation for Rural Sanitation and Hygiene Draft Guidelines and Framework'. Sanitation Learning Hub

Roma, E. (2013) 'Process Evaluation of Tanzania's National Sanitation Campaign SHARE Research Report', <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/57a08963e5274a31e000005e/Tanzania-Research-Report.pdf> (consulté le 16 avril 2021)

USAID (2018) 'An Examination of CLTS's Contributions toward Universal Sanitation', Washington, DC., USAID Water, Sanitation, and Hygiene Partnerships and Sustainability (WASHPaLS) Project, [www.issuelab.org/resources/30547/30547.pdf?download=true](http://www.issuelab.org/resources/30547/30547.pdf?download=true) (consulté le 16 avril)

WASH Media Action: <https://www.wateraid.org/pk/wash-media-action>

WaterAid India annual Media Fellowship Program WASH Matters 2019: <https://www.wateraidindia.in/media-fellowship-2019>



## Suivi des campagnes d'assainissement : Cibles, reporting et réalisme

Beaucoup de gouvernements d'Asie et d'Afrique ont fixé des dates butoirs ambitieuses pour que leurs pays obtiennent le statut de fin de défécation à l'air libre (FDAL). Certains ont récemment achevé des campagnes nationales d'assainissement ; plusieurs d'entre eux ont des campagnes en cours et d'autres sont actuellement en plein processus de conceptualisation et de planification. Les résultats du suivi et du reporting constituent l'un des principaux défis associés à ces campagnes. Ce numéro d'*Aux Frontières de l'assainissement* présente les enseignements tirés à ce jour pour informer les campagnes gouvernementales en cours et futures en vue de mettre fin à la défécation à l'air libre et d'améliorer l'accès à un assainissement géré de manière sûre.

Institute of Development Studies at the University of Sussex,  
Brighton BN1 9RE, Royaume-Uni

Web [sanitationlearninghub.org](https://sanitationlearninghub.org)

Courriel [SLH@ids.ac.uk](mailto:SLH@ids.ac.uk)

Tél +44 (0)1273 606261

Fax +44 (0)1273 621202

 /SanLearningHub

 @SanLearningHub

 @SanLearningHub

IDS, société à but non lucratif à responsabilité limitée par garantie : Organisation à but non lucratif immatriculée sous le numéro 306371 ; immatriculée en Angleterre sous le numéro 877338 ; N° de TVA GB 350 899914

### Pour en savoir plus

Abonnez-vous à la newsletter de la SLH, partagez votre expérience et contribuez au site web de la SLH en vous rendant sur [sanitationlearninghub.org/connect-share-learn/](https://sanitationlearninghub.org/connect-share-learn/)

### À propos des auteurs

**Kamal Adhikari** est sociologue en chef auprès du ministère des Affaires fédérales et de l'Administration générale, gouvernement du Népal.

**Bharat Adhikari** est militant en développement associé au secteur WASH du Népal depuis les vingt dernières années.

**Sue Cavill** est consultante indépendante en WASH.

**Vijeta Rao Bejjanki** est consultant indépendant.

**Santosh Mehrotra** est professeur invité, Centre for Development Studies, Université de Bath, Royaume-Uni

**Matteus Van Der Velden** est consultant indépendant en WASH. Auparavant, il a travaillé plusieurs années en Asie et en Afrique pour l'UNICEF et pour le Conseil de concertation de l'eau et de l'assainissement.

### À propos de la série

Cette série fournit des conseils et des recommandations pratiques et fondés sur la preuve concernant les questions et approches émergentes en matière de programmation et d'apprentissage. Ces publications sont révisées par des experts du secteur issus du monde académique et du terrain. La série est disponible en ligne et au format papier en anglais, en français et en portugais. Nous nous réjouissons de recevoir vos commentaires, remarques et suggestions. Veuillez nous contacter par mail à [slh@ids.ac.uk](mailto:slh@ids.ac.uk)

Tous les numéros sont disponibles sur : <https://sanitationlearninghub.org/series/frontiers-of-sanitation/>