



Les hommes et les garçons dans l'assainissement

Les débats sur le genre dans les programmes d'assainissement et d'hygiène (A&H) se concentrent souvent sur les rôles, les positions ou les impacts exercés sur les femmes et les filles, qui supportent l'essentiel de la charge de travail liée à l'eau, l'assainissement et l'hygiène (EAH). Les efforts déployés pour améliorer l'A&H et modifier les normes sociales ne mobilisent pas toujours activement les hommes et les garçons de la manière la plus efficace ou la plus transformationnelle. Il nous faut en savoir plus sur les rôles que jouent aujourd'hui les hommes et les garçons et, au besoin, sur la manière de les modifier pour que ces efforts rencontrent plus de succès. Cette Note d'apprentissage décrit les résultats d'un examen qui s'est axé sur les hommes et les garçons : les problèmes qu'ils causent et ceux qu'ils subissent, la manière de les impliquer (ou pas), et la façon de les mobiliser en tant qu'alliés dans la transformation des résultats en matière d'assainissement et d'hygiène.

Cette Note d'apprentissage entend :

- Montrer comment les hommes et les garçons sont actuellement impliqués dans l'A&H et voir comment ils peuvent être motivés pour parvenir à un changement de comportement durable et à de nouvelles normes sociales ;
- Identifier les approches et méthodes précises utilisées dans différents contextes pour que les hommes et les garçons arrêtent de pratiquer la défécation à l'air libre (DAL) ; et
- Permettre de mieux comprendre comment l'A&H peut servir de plateforme pour bouleverser les normes en matière de genre, faire participer les hommes et les garçons au dialogue sur des questions liées au genre, et renforcer les résultats en matière d'égalité des sexes.

Cette Note s'appuie sur un survol de la littérature publiée et grise et sur des entretiens avec des spécialistes reconnus de l'EAH et du genre afin d'évaluer le degré et l'efficacité de l'engagement des hommes et des garçons dans la programmation de l'assainissement. Les résultats ont été filtrés pour en tirer des conclusions et cela a permis d'élaborer un ensemble de recommandations.

Les hommes et les garçons comme objets du changement

Le premier groupe de conclusions concerne les comportements et les pratiques d'assainissement des hommes et des garçons, ainsi que les campagnes A&H visant les hommes. Même dans les ménages qui disposent de toilettes, les hommes déféquent en plein air plus souvent que les femmes – parce qu'ils ont plus de temps, ils sont plus mobiles et n'éprouvent pas de honte à pratiquer la DAL (Coffey et al 2014, Chambers et Myers, 2016). Dans le monde entier, il est fréquent pour les hommes d'uriner en plein air, malgré des interdictions et des campagnes de prévention. On rapporte également que les hommes se lavent moins systématiquement les mains avec du savon : le Programme pour l'amélioration de l'hygiène et l'assainissement rural au Cambodge ciblait les hommes en matière d'A&H avec le slogan : « *La plupart des hommes ne se lavent pas les mains après être allés aux toilettes. Et vous ?* »

Il existe d'excellents exemples, venant le plus souvent de l'Inde, de programmes et campagnes EAH qui visent un changement de comportement des hommes en matière d'A&H, mais ceux-ci ne

transforment pas les normes en matière de genre – au lieu de cela, dans nombre de cas, ils renforcent les stéréotypes et les rôles de chaque sexe. Unilever a créé des profils de personnage pour mieux cibler les hommes en vue d'un changement de comportement en Inde. Les campagnes de « l'homme bon » et de « l'homme fort » sont destinées à mieux cibler ou mieux « vendre » l'assainissement à ces types d'hommes.

Si cela peut se justifier du fait de l'attrait majeur qu'ils présentent pour certains hommes, le fait de jouer sur les stéréotypes de « l'homme fort » a été critiqué car cela renforce des clichés contre-productifs (tout en apportant de l'eau au moulin de la suprématie masculine). Les campagnes A&H jouent souvent sur les normes existantes en matière de genre (quelles renforcent) afin d'inciter les hommes à se laver les mains ou à construire des latrines privées. Dans l'État du Haryana en Inde, la campagne *No Toilet, No Bride* (Pas de toilettes, pas d'épouse) a encouragé les prétendants à construire des toilettes dans le domicile de leur famille avant le mariage. La campagne a augmenté l'investissement des hommes dans l'A&H en Haryana, où l'on compte plus d'hommes que de femmes, mais pas dans le Madhya Pradesh, où le ratio hommes-femmes est

plus homogène et où les hommes peuvent plus facilement trouver une épouse (Satyavada, 2018). Ce constat souligne dans quelle mesure l'A&H peut être sensible au contexte – en l'espèce, être influencé par l'offre et la demande de « femmes à marier » et de « prétendants » ! D'autres campagnes suggèrent que le rôle d'un homme est de protéger la santé de son ménage ainsi que la dignité et l'intimité des femmes. Ainsi, la critique reprochait à la mission Swachh Bharat de renforcer systématiquement la notion de pouvoir dominant des hommes dans la fourniture de toilettes.

L'expérience actuelle fait ressortir une tension entre les normes et les stéréotypes de genre qui séduisent les hommes en échange de modifications à court terme des pratiques A&H au lieu de travailler de manière plus stratégique vers un changement transformationnel du genre. Actuellement, le secteur sait mal défier les normes liées au genre et, trop souvent, les organismes utilisent des techniques qui renforcent le pouvoir masculin et l'inégalité des sexes.

Les hommes et les garçons comme acteurs du changement

Le deuxième groupe de conclusions concernait les hommes comme acteurs du changement parce qu'ils plaident pour de meilleures pratiques d'A&H ou en font la promotion. Ce secteur d'intérêt couvrait l'engagement des hommes dans les processus A&H ainsi que les stratégies axées sur les rôles et les attributions en matière d'A&H. Ces thèmes sont abordés plus bas.

Les hommes peuvent impulser le changement institutionnel, comme on l'a vu dans la campagne nationale de construction de latrines menée par Julius Nyerere en Tanzanie dans les années 1970, et des célébrités masculines ont agi comme acteurs du changement dans la mission Swachh Bharat (Nettoyer l'Inde). Acteur et ancien politicien, Amitabh Bachchan encourage un changement de comportement chez les hommes qui disposent de toilettes mais ne les utilisent pas. Certains hommes peuvent promouvoir le changement au travers de leur profession ou de leur position institutionnelle. Dans le district de Nuh en Inde, les imams ont annoncé dans les mosquées qu'ils ne voulaient pas célébrer le nikah (cérémonie du mariage) dans les ménages qui ne disposaient pas de toilettes ou qui pratiquaient la DAL. De même, un district au Cambodge a mis fin à la défécation à l'air libre (FDAL) lorsque des moines ont refusé de bénir les maisons non équipées de toilettes. Il existe aussi des exemples de champions masculins qui contribuent à faire tomber les barrières et à éliminer les tabous à propos de la gestion de l'hygiène menstruelle (GHM), en partenariat avec des femmes et des groupes de femmes. Plan International en Ouganda dispose d'agents masculins et féminins qui travaillent sur la GHM. Les hommes sont incités à devenir des vendeurs de serviettes hygiéniques réutilisables (AFRIPads) et à remettre en cause les normes sociales en abordant le thème de la GHM dans la communauté.

Dans certains pays, il est difficile de mobiliser les hommes dans les séances de déclenchement ou même de veiller à ce qu'ils y participent (ainsi, les hommes des groupes d'éleveurs pasteurs, comme les Massaïs, sont souvent partis en quête d'eau et de pâturages pour leurs bêtes). Les facilitateurs ATPC ont besoin d'approches innovantes pour mobiliser les hommes dans le recrutement et les activités de déclenchement de l'ATPC pour éviter de renforcer les stéréotypes de genre. Certaines initiatives incitent les hommes à participer à des processus d'A&H, tels que ceux qui offrent de la viande de chèvre aux hommes qui participent aux séances de déclenchement au Kenya ; or, les inégalités peuvent se creuser si les femmes ne bénéficient pas des mêmes avantages. Il existe des outils participatifs éprouvés pour aider les équipes de projets à se renseigner sur les rôles

et les attributions sexospécifiques dans les communautés cibles avant le début du projet (p. ex. qui nettoie les toilettes, qui aide les enfants ou autres à utiliser les toilettes, etc.). Des outils comme l'horloge de 24 heures et la noix de coco flottante illustrent les tâches visibles et invisibles au sein du ménage. Les outils peuvent révéler différentes charges de travail liées à l'EAH pour les femmes et les hommes de la famille et de la communauté et permettent d'identifier ce qu'ils peuvent faire pour mieux se partager le travail. Des approches telles que la méthode participative de transformation de l'hygiène et l'assainissement (PHAST) ou les cercles d'apprentissage permettent la mobilisation des hommes et la transformation des rôles sexospécifiques. Les deux approches ont été utilisées à Fidji et Vanuatu (Halcrow et al. 2010).

Dans le Projet mondial d'accroissement du lavage des mains (WSP, 2010) au Sénégal, les femmes ont été le public cible initial en raison de leur rôle central dans les soins prodigués à la famille. Toutefois, les hommes ont par la suite participé aux débats pour promouvoir le lavage des mains lorsqu'il a été admis qu'ils fournissaient et contrôlaient l'accès du ménage au savon et pouvaient donc favoriser, renforcer et maintenir le changement de comportement en se lavant les mains avec du savon tout en encourageant les autres à faire de même.

Pourtant, confier aux hommes le rôle d'acteurs du changement dans les programmes d'A&H peut (involontairement) renforcer les normes, rôles et stéréotypes négatifs liés au genre. Les hommes sont le plus souvent les « experts techniques » de la conception, du financement et de la construction des latrines et ils remplissent la plupart des rôles formels de génération de revenus dans le secteur de l'assainissement. En revanche, les femmes se heurtent souvent à une discrimination et n'ont pas toujours l'occasion de participer. Un programme de l'UNICEF au Malawi a employé des approches participatives à l'intention de maçons dans la conception, la commercialisation et la modélisation d'entreprises d'assainissement (UNICEF, 2015). Il a été demandé aux maçons d'élaborer des messages pour vanter les principales caractéristiques de toilettes abordables et durables ; le slogan des latrines est devenu « *let the real men rest* » (Laissez les hommes, les vrais, se reposer), en allusion au fait que ce sont les hommes qui décident d'investir et de construire des installations sanitaires.

Les hommes et les garçons comme partenaires du changement

Le dernier groupe de conclusions porte sur les hommes en tant que partenaires du changement. Il n'existe qu'une poignée d'hommes qui agissent comme des partenaires du changement pour contribuer à un équilibre entre les sexes en matière de responsabilité pour l'A&H, en aidant les femmes à être des leaders dans le domaine de l'EAH ou en faisant progresser l'attention prêtée à la notion de genre dans les mouvements EAH. Le secteur de l'EAH peut mieux aider les hommes à faire usage de leur pouvoir, leur statut et leurs ressources pour appuyer le leadership, la prise de décisions et le renforcement des compétences techniques des femmes dans le domaine de l'EAH en tant que partenaires du changement. L'expérience au Timor oriental met en exergue la nécessité de renforcer la confiance des femmes et le fait que les hommes ont besoin d'encourager les femmes à s'exprimer lors des réunions de façon à ne pas conforter la prise de décisions comme étant l'apanage des hommes. La confiance en soi est un enjeu primordial dans la promotion du leadership des femmes. Au Timor oriental, les facilitateurs ont constaté une plus forte représentation des femmes dans les groupes de gestion de l'eau du fait des processus inclusifs et des rapports anecdotiques émanant de plusieurs communautés signalant que les hommes assumaient davantage de tâches

ménagères pour permettre la participation de leurs épouses. Il est vital que les champions masculins ne s'expriment pas au nom des femmes mais soient vraiment des partenaires d'un changement radical.

Les femmes assument la plupart des travaux et soins à domicile dans toutes les cultures, y compris les responsabilités liées aux toilettes du ménage, de l'école et des lieux publics. Une distribution inégale des tâches liées à l'A&H peut accentuer les rôles sexospécifiques et le manque de temps des femmes tout en limitant leurs options au sein du ménage et en dehors. L'assainissement et l'hygiène peuvent être un point d'entrée pour promouvoir des identités, des relations et des pratiques qui prônent l'égalité des sexes auprès des hommes et des garçons. Des campagnes internationales comme [MenCare](#), [He-for-She](#), [We Can](#), et [Promundo](#) œuvrent avec les hommes et leurs groupes pour transformer les normes de genre. Ainsi, elles prônent que les hommes se chargent de la moitié des soins prodigués, y compris l'A&H au sein du ménage. La littérature renferme des exemples de programmes qui :

- Invitent les hommes à participer, aux côtés des femmes, à la création, la mise en œuvre et l'évaluation de programmes d'A&H ;
- Reflètent l'importance de la participation des hommes et des garçons aux travaux EAH non rémunérés, ce qui revient à aiguïser leur prise de conscience du fait que leur participation dans ce domaine profite à eux-mêmes mais aussi à leurs familles et leurs communautés ;
- Veillent à ce que les hommes et les garçons aient les connaissances et les compétences nécessaires en matière d'A&H ; et
- Déstigmatisent et déféminisent l'A&H pour les hommes et apportent un soutien aux hommes et aux garçons pour qu'ils surmontent leur peur du ridicule lorsqu'ils adoptent ces attitudes et ces comportements.

Renforcer la motivation et les capacités des hommes pour qu'ils deviennent des alliés et tisser des liens avec les organisations non gouvernementales (ONG) d'hommes et de femmes sont des stratégies efficaces pour intensifier les travaux dans le domaine de l'EAH. Toutefois, les efforts déployés pour changer les rôles des hommes et des garçons dans l'A&H (au sein du ménage et en dehors) peuvent menacer les normes masculines de droit et de pouvoir. Les chefs de la communauté de sexe masculin sont essentiels pour

promouvoir l'acceptation par les hommes de leur nouveau rôle et de celui des femmes ainsi que les effets positifs d'un changement transformationnel.

Comprendre les différences en matière de classe, d'ethnie, de handicap, de sexualité et de niveaux de revenu permet de mieux cibler les groupes d'hommes et de garçons pour l'EAH. Des approches intersectionnelles s'imposent en matière de genre. Il faut encourager plus de dialogue avec les ONG d'hommes et de femmes. Des approches plus transformationnelles afin d'inciter la participation aux programmes des hommes et des garçons font qu'il est nécessaire de réfléchir à nos propres valeurs (en tant que professionnels du développement), nos partis pris, nos préjugés et nos craintes en matière de genre, de pouvoir et de sexualité. Les formations destinées aux professionnels de l'EAH peuvent promouvoir une autoréflexion sur ces préjugés et aider le personnel à en savoir plus sur un secteur EAH porteur de transformation dans le domaine du genre.

Conclusion

La mobilisation active et positive des hommes et des garçons signifie une amélioration de la situation en matière d'assainissement et d'hygiène, ainsi que la redistribution des responsabilités familiales et des tâches ménagères inégales des femmes vers les hommes. Le résultat final envisagé est un environnement permettant aux femmes de mieux se faire entendre dans les processus de prise de décisions et aux hommes de mieux épauler les femmes dans leur participation à ces processus. Elle vise aussi à rendre ces processus plus équitables et moins discriminatoires et oppressifs envers les femmes, ce qui suppose moins de favoritisme à l'égard des hommes. La remise en question des rôles sexospécifiques (y compris dans le contexte des programmes d'A&H) fait partie du processus de remise en cause des inégalités entre les sexes afin de bâtir des sociétés plus égalitaires, plus inclusives et plus durables. La littérature met en relief deux défis : des définitions contraignantes de la masculinité dans le cadre de l'A&H ainsi que des exemples positifs d'hommes en tant que champions du changement et d'alliés pour l'égalité des sexes au travers d'une participation à l'assainissement et à « d'autres responsabilités familiales ». Sur la base des conclusions de cet examen, nous formulons les grandes recommandations suivantes pour mieux mobiliser les hommes et les garçons dans les interventions en matière d'assainissement et d'hygiène.

Recommandations

Domaine	Recommandation	Stratégies possibles
Objets du changement	Créer des campagnes qui visent les hommes pour un changement transformationnel dans le secteur EAH	<ul style="list-style-type: none"> • Créer un environnement favorable pour permettre aux hommes d'assumer publiquement un rôle plus actif dans l'A&H au sein du ménage, de la communauté et sur le lieu de travail. • Collaborer et tirer des enseignements des spécialistes et des campagnes sur le genre comme Promundo et MenCare qui ont réussi à promouvoir un changement transformationnel pour le genre.
	Améliorer les pratiques et les comportements des hommes et des garçons en matière d'assainissement	<ul style="list-style-type: none"> • Soutenir les acteurs masculins du changement en matière d'A&H pour comprendre et appliquer des approches transformationnelles pour le genre – comme le fait de soutenir la participation des femmes, de mieux les faire entendre, de ne pas parler en leur nom, etc. • Suivre l'évolution des normes sociales en matière de genre dans le domaine de l'A&H, y compris : <ul style="list-style-type: none"> ○ les comportements – ce que les femmes et les hommes font ; ○ les attitudes – ce que les femmes et les hommes croient qu'ils devraient faire ; ○ les attentes empiriques – ce que les femmes et les hommes croient que les autres font ; ○ les attentes normatives – ce que les femmes et les hommes croient que les autres pensent qu'ils devraient faire.

Acteurs du changement	Créer des stratégies axées sur les rôles et attributions dans le secteur EAH	<ul style="list-style-type: none"> Éviter de renforcer les rôles sexospécifiques traditionnels et les stéréotypes de genre néfastes dans les campagnes de changement de comportement d'A&H. Inciter les hommes ouverts d'esprit à s'associer à des groupements de femmes ; obtenir les conseils de spécialistes de la problématique hommes-femmes serait un bon point de départ.
	Optimiser la mobilisation des hommes dans les processus d'assainissement et d'hygiène	<ul style="list-style-type: none"> Utiliser des processus participatifs pour modifier ce que les femmes et les hommes attendent de l'autre sexe en matière d'A&H (c.-à-d. que les hommes agissent comme des experts techniques et que les femmes nettoient les toilettes). Cela pourrait accroître l'impact et la durabilité de la participation des hommes à l'A&H.
Partenaires du changement	Élaborer des stratégies à l'intention des hommes comme partenaires du changement	<ul style="list-style-type: none"> Identifier et mobiliser des hommes (notamment des pères et des futurs pères) et des garçons qui veulent servir d'exemples pour promouvoir l'A&H au niveau des ménages et de la communauté. Mobiliser des dirigeants communautaires et des faiseurs d'opinions pour influencer les attitudes des hommes et des garçons. Amorcer un dialogue avec des groupes d'hommes (des clubs de sports, des associations professionnelles, l'armée, etc.) à des fins d'A&H. Cela pourrait permettre de toucher des hommes qui sont difficiles à joindre ou qui sont marginalisés.
	S'attaquer aux questions de pouvoir sexiste qui affectent l'assainissement et l'hygiène	<ul style="list-style-type: none"> Désigner et analyser le pouvoir des hommes et éviter de se replier sur des stratégies qui renforcent le protectionnisme masculin ou le sentiment de droit des hommes sur les femmes. Encourager un apprentissage personnel et un changement par rapport au genre et à la sexualité pour accroître l'efficacité organisationnelle et le potentiel pour un secteur A&H porteur de transformation en matière de genre. Approfondir et investir davantage pour encourager les hommes à soutenir le leadership, la prise de décisions et les compétences techniques des femmes dans le secteur de l'EAH.

Remerciements

Cette Note d'apprentissage s'appuie sur les travaux de Sue Cavill, Joanna Mott, Matthew Bond et Paul Tyndale-Biscoe (FH Designs), en collaboration avec Chelsea Huggett (WaterAid), Elizabeth Wamera (WSSCC) et Jerker Edström (IDS).

Voir <https://www.communityledtotalsanitation.org/resources/frontiers/envolver-homens-e-rapazes-em-programas-de-saneamento-e-higiene> pour un numéro d'Aux Frontières de l'ATPC sur ce thème.

Références

- Chambers, R. et Myers, J. (2016) « Normes, connaissances et usage », *Aux Frontières de l'ATPC : Innovations et Impressions* 7, https://www.communityledtotalsanitation.org/sites/communityledtotalsanitation.org/files/Frontieres7_Normes_connaissances_usage.pdf, Brighton : IDS (consulté le 22 mai 2018)
- Coffey, D., Gupta, A., Hathi, P., Khurana, N., Spears, D., Srivastav, N. et Vyas, S. (2014) 'Revealed preference for open defecation: Evidence from a new survey in rural North India', *Economic and Political Weekly* 49.38, <http://www.epw.in/journal/2014/38/special-articles/revealed-preference-open-defecation.html> (consulté le 22 mai 2018)
- Halcrow, G., Rowland, C., Willetts, J., Crawford, J. et Carrard, N. (2010) *Resource Guide: Working Effectively with Women and Men in Water, Sanitation and Hygiene Programs*, Sydney : International Women's Development Agency et Institute for Sustainable Futures, University of Technology Sydney
- Satyavada, A. (2018) 'Encouraging men to stop OD: Local efforts that work', *CLTS Knowledge Hub Learning Paper*, Institute of Development Studies, Brighton
- Routary, P., Torondel, B. et Schmidt, W. (2017) 'Women's role in sanitation decision making in rural coastal Odisha, India', *PLoS One* 12.5: e0178042, <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0178042> (consulté le 22 mai 2018)
- UNICEF (2015) *Going Beyond ODF: Combining Sanitation Marketing with Participatory Approaches to Sustain ODF Communities in Malawi*, WASH Field Note, mars 2015, <https://www.unicef.org/esaro/WASH-Field-Malawi-low-res.pdf> (consulté le 22 mai 2018)
- Unilever (2017) *More Toilets Used by More People*, https://www.unilever.com/Images/sanitation-behaviour-change-source-book_tcm244-510654_en.pdf (consulté le 22 mai 2018)
- Water and Sanitation Program (WSP) (2010) *Global Scaling Up Handwashing Project. Involving Men in Handwashing Behaviour Change Interventions in Senegal*, Washington DC : Banque mondiale <https://www.wsp.org/global-initiatives/global-scaling-handwashing-project> (consulté le 22 mai 2018)

Citation correcte : Cavill, S., Mott, J. et Tyndale-Biscoe, P., avec Bond, M., Edström, J., Huggett, C., Wamera, E. (2018) « Les hommes et les garçons dans l'assainissement » *Note d'apprentissage de la CLTS Knowledge Hub 6*, Brighton : IDS

Première édition en 2018
© Institute of Development Studies 2019
Droits réservés – pour en savoir plus, voir la licence sur les droits d'auteur.

ISBN 978-1-78118-554-4

Pour obtenir un complément d'information, veuillez contacter : CLTS Knowledge Hub, Institute of Development Studies, University of Sussex, Brighton, BN1 9RE, Royaume-Uni
Tél. : +44 (0)1273 606261
Courriel : CLTS@ids.ac.uk
Web : www.communityledtotalsanitation.org

Cette série fait l'objet d'une licence de type BY-NC-ND 3.0 Unported de Creative Commons (<http://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 l'ATPC (www.communityledtotalsanitation.org) et d'envoyer un exemplaire de vos travaux ou un lien à leur utilisation en ligne à l'adresse suivante : CLTS Knowledge Hub, Institute of Development Studies, University of Sussex, Brighton, BN1 9RE, Royaume-Uni (CLTS@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.

