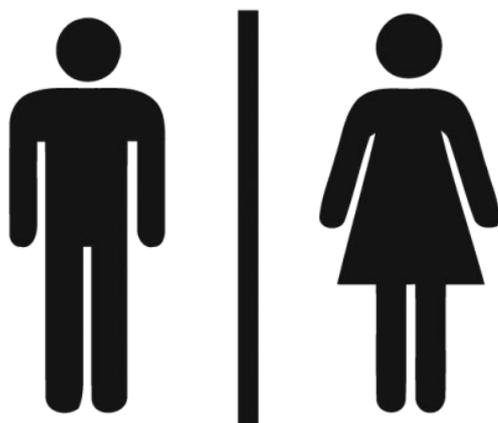




**Projet de promotion de l'auto-construction de toilettes familiales,
de la pratiques d'hygiène et d'amélioration de l'accès à l'eau
potable dans les écoles des communes d'Anse Rouge, de Terre
Neuve**



**Termes de référence de l'étude sur les approches d'assainissement
consolidées adaptées aux différents milieux de résidence et à la
taille de la population**

MISE EN CONTEXTE

En Haïti, 35.8% de la population rurale et 9.8% de la population urbaine, défèquent régulièrement à l'air libre (EMMUS VI, 2016-2017), en raison de l'absence d'infrastructures adéquates. Cette pratique favorise la transmission d'agents pathogènes dans les communautés, avec pour corollaire une forte prévalence des maladies diarrhéiques chez les enfants de moins de 5 ans. Au cours des trois dernières décennies, les organisations internationales ont tenté d'éradiquer cette pratique en construisant elles-mêmes des latrines familiales et communautaires ou en subventionnant leur construction. Cependant, les acteurs se sont confrontés à deux limites principales en Haïti. D'une part, les ressources financières pour supporter ces interventions sont largement insuffisantes par rapport aux besoins. D'autre part, les bénéficiaires n'utilisent pas nécessairement les latrines offertes qui sont parfois réservées à l'usage des invitées ou utilisées comme dépôt.

Pour briser ce cercle vicieux, la Direction Nationale de l'Eau Potable et de l'Assainissement (DINEPA) a déployé une stratégie qui fait obligation légale à chaque ménage de se doter d'une latrine. Plus spécifiquement, les objectifs poursuivis sont les suivants : i) Contribuer au développement viable et économique du secteur assainissement par son renforcement institutionnel ; ii) Améliorer les conditions sanitaires des populations par l'accès aux services d'assainissement ; iii) Protéger le milieu naturel et le cadre de vie des populations par le traitement des eaux usées, avant le rejet dans le milieu naturel¹. Cette stratégie s'appuie sur l'Approche Communautaire pour l'Assainissement Total (ACAT) qui consiste à encourager les ménages à mettre fin à la défécation à l'air libre, avec leurs propres ressources, en exploitant des facteurs de motivation universelle ou spécifiques aux communautés ciblées. En appui, au déploiement durable de cette stratégie, le Fonds des Nations Unies pour l'Enfance (UNICEF) collabore avec la DINEPA et des partenaires de mise en œuvre. Dans cette optique, le Bureau UNICEF en Haïti, a accordé un financement à ACF pour la mise en œuvre du Projet de promotion de l'auto-construction de toilettes familiales, de la pratique d'hygiène et d'amélioration de l'accès à l'eau potable dans les communes d'Anse Rouge et de Terre-Neuve.

Cependant, force est de constater que la promotion de meilleures pratiques d'hygiène ainsi que la responsabilisation des communautés face à l'environnement ne suffisent pas pour mettre fin durablement à la défécation à l'air libre et pousser les ménages à progresser dans l'échelle de l'assainissement. Des contraintes indépendantes de la volonté des ménages, telles que le faible niveau de revenu, la non-disponibilité des matériaux (ciment, fer, dalle etc.) et la connaissance limitée des *Bòs Mason* en matière de techniques de construction des latrines, peuvent ralentir ou freiner ce processus de changement de comportement. Ainsi, des actions sont nécessaires pour stimuler à la fois l'offre et la demande de produits ou de services liées à la mise en place et à la maintenance d'installations sanitaires améliorées.

De ce fait, cette recherche formative aidera à identifier, d'une part, les produits ou services dont les communautés ont besoin, le prix que les ménages sont prêts à payer pour obtenir ces produits ou services, les barrières et leviers à leur acquisition. D'autre part, la recherche formative aidera à identifier les axes de renforcement de l'offre (privée, publique ou communautaire) de produits d'assainissement dans les communautés d'intervention, en adéquation avec les besoins et les contraintes budgétaires des ménages. Par conséquent, cette consultance fait appel à un.e

¹ Document d'orientation stratégique pour l'assainissement en Haïti, Ministère des Travaux Publics, Transports, Communications et l'Énergie (MTPTCE), 2012

spécialiste ou une firme expérimenté-e en matière de réalisation des études dans le secteur de l'assainissement, non seulement capable de collecter et de traiter les données qui permettront d'avoir une photographie du marché de l'assainissement des zones étudiées et du consentement à payer des ménages, mais aussi de proposer des approches communautaires imbriquées et adaptées en vue de faciliter aux communautés d'atteindre le niveau de Fin à la Défécation à l'Air Libre plus facilement (FDAL)

OBJECTIF GENERAL

Identifier des alternatives aux stratégies utilisées pour promouvoir la fin de la défécation à l'aire libre dans à Terre-neuve, Anse-Rouge, Gros-morne et Gonaives

OBJECTIFS SPECIFIQUES

- Analyser les politiques et les stratégies en vigueur afin d'identifier les obstacles et opportunités structurelles au développement du marché de l'assainissement en Haiti ;
- Analyser la méthodologie ACAT en cours d'implémentation dans les zones du projet en mettant en évidence ses limites ;
- Réaliser un état des lieux de l'offre d'assainissement, en cartographiant les fournisseurs et prestataires, tout en précisant les caractéristiques des produits et des services disponibles dans les zones d'intervention, les matériaux utilisés pour construire les latrines, la provenance de ces matériaux, la chaîne d'approvisionnement et le profil des consommateurs ;
- Identifier les freins liés à l'auto-construction de toilette familiales, les potentialités des communautés, les préférences des ménages en matière de design de toilette, et proposer des modèles de toilettes suivant l'aspiration des ménages ;
- Mettre en relief les éventuelles inadéquations entre l'offre et la demande des produits ou services d'assainissement, tout en tenant compte des préférences des ménages, de leurs contraintes budgétaires et difficultés liées à l'approvisionnement des fournisseurs ;
- Définir les bases de la stratégie de marketing sociale à utiliser afin de stimuler durablement l'offre et la demande des produits ou services d'assainissement, en proposant les méthodes et axes de communication à prioriser, en proposant des incitatifs qui pourraient pousser un plus grand nombre d'acteurs locaux à offrir des produits ou services d'assainissement et des actions de renforcement de la chaîne d'approvisionnement ;
- Proposer différentes approches adaptées au contexte pouvant être mises en œuvre pour mettre fin à la défécation à l'air libre dans les zones cibles ;

Portée de l'étude

L'étude permettra de dégager les approches, basées sur le marché, les plus appropriées pour renforcer la disponibilité des produits et services d'assainissement adaptés aux besoins, à la capacité financière des ménages de Terre-neuve et d'Anse-Rouge et à leur consentement à payer. Elle mettra également en évidence les axes et moyens de communication à utiliser pour amener les communautés à mettre fin durablement à la défécation à l'air libre. De façon spécifique, sans être exhaustif, l'étude devra répondre aux questions suivantes :

Gouvernance

- Quelle est la place accordée à l'assainissement dans l'agenda des autorités locales dans les zones d'intervention ? Quels mécanismes de collaboration sont établis avec la DINEPA, les autorités locales et les autres acteurs étatiques ? Quel appui est donné aux acteurs du secteur privé ?
- Quels mécanismes de planification et de gestion de l'assainissement dans les espaces publics (marché, églises, écoles) sont adoptés par les municipalités et autres autorités locales ? Existe-t-il des différences entre le milieu urbain et le milieu rural ?

Offre

- Quels sont les acteurs qui desservent actuellement les communautés ciblées ? Pour quels services ou produits est ce que l'offre est inadéquation avec la demande ?
- Quels services ou produits en lien avec l'assainissement sont offerts par les leaders communautaires, organisations locales ou autres organisations internationales intervenant dans les zones couvertes par l'étude ?
- Quels modèles de latrines seraient plus appropriés, selon la typologie des zones et la situation économique des ménages, en tant compte de facteurs suivants² : viabilité, facilité d'utilisation, qualité, durée de vie, exigences en terme de maintenance, possibilité de remplacement ou de réhabilitation, le rapport-coût-efficacité ?
- Quelles sont les difficultés liées à l'approvisionnement en matériaux nécessaires à la construction de latrines et les produits d'assainissement, selon la typologie des zones d'intervention ?
- Quelles sont les lacunes des *Bòs Mason*, en lien avec les techniques de construction de latrine et la promotion du service qu'ils offrent ? Quelles formations sont disponibles pour renforcer leurs compétences ?
- Quel (s) type (s) de partenariat envisager ?

² Ces critères suivant sont utilisés dans la deuxième édition du document nommé *L'évaluation des niveaux de service d'assainissement* produit par WASHCost, pour la définition de l'échelle d'assainissement.

Demande

- Quels mécanismes pour amener les localités de petite taille et celles de plus de plus 1000 habitants à construire leur toilette respective avec facilité ?
- De quels produits et services d'assainissement est ce que les ménages ont besoin ? Qu'est qu'ils souhaitent acheter ? Qu'est-ce qu'ils peuvent payer ? Est-ce disponible sur le marché local ?
- Quels sont les obstacles à l'utilisation durable d'installation d'évacuation des excréments adéquates ? Existe-t-il des différences entre le milieu urbain et le milieu rural ? Existe –il des différences selon le sexe du chef de ménage ?
- Sur quels sont les facteurs de motivation s'appuyer pour encourager les ménages à construire et utiliser des installation d'évacuation des excréments adéquates ? Existe-t-il des différences entre le milieu urbain et le milieu rural ? Existe –il des différences selon le sexe du chef de ménage ?
- Quel est le consentement à payer pour les produits d'assainissement ? Existe-t-il des différences entre le milieu urbain et le milieu rural ?
- Dans quel (s) type (s) de communauté peut-on déployer avec succès une stratégie de marketing social ou commercial pour les produits et services d'assainissement ?
- Quel type de stratégie de communication mettre en place pour accroître la demande des produits d'assainissement ?

MÉTHODOLOGIE

La méthodologie de l'étude et les outils de collecte de données seront proposés par la personne ou la firme qui obtiendra le contrat. Les éléments susmentionnés seront validés par le Département MEAL et la Direction technique d'ACF. La méthodologie à utiliser doit comporter un volet qualitatif et un volet quantitatif, incluant les mécanismes de contrôle de qualité des données. Les principaux principes directeurs à prendre en compte sont les suivants :

- Triangulation : Les données les plus importantes doivent être collectées en utilisant différentes méthodes et en consultant des acteurs différents en vue d'augmenter la qualité des résultats.
- Respect des enquêtés : L'équipe évitera de solliciter les parties prenantes plus que nécessaire pour la collecte de données, les communautés bénéficiaires en particulier afin d'éviter la « sur enquête ». De plus, les bénéficiaires et autres membres de la communauté sont libre de participer à l'enquête ou non. Ils/elles témoignent leur accord en donnant un consentement éclairé.
- Sensibilité au genre : La désagrégation des données et les analyses différenciées selon le sexe permettront de prendre en compte les différentes caractéristiques des personnes ciblées.

Livrables

- Livrable I : Méthodologie et outils de collecte
- Livrable II : Cartographie des acteurs du marché de l'assainissement et des approches existantes dans la zone et résultat de l'enquête consentement à payer
- Livrable III : Le rapport final de l'étude en version imprimée et numérique et bases de données
- Livrable IV : Document des propositions des stratégies alternatives pouvant conduire à la fin de la défécation à l'air libre selon le milieu de résidence (taille de la localité, proximité de centres urbains, densité de population)

Lieu et durée de l'étude

L'étude sera réalisée dans le département de l'Artibonite, plus précisément dans les communes d'Anse-Rouge et de Terre-Neuve, de Gros-morne et des Gonaïves. Il est attendu que les analyses mettent en évidence les différences liées au degré d'accessibilité des zones ciblées par le projet. Elle s'étendra sur 45 jours et débutera en décembre.

Profil recherché

Le binôme couplant un.e spécialiste en assainissement et un.e expert.e en organisation d'enquête quantitative et qualitative ou la firme sera en charge de la conception, de l'organisation, de la conduite et du rapportage des résultats de l'étude en collaboration avec la personne responsable du MEAL, La Responsable Eau, Hygiène et Assainissement, le Directeur technique et le Responsable de projet. De ce fait, les compétences et expériences suivantes sont exigées:

Expertise en assainissement :

- Expérience avérée dans le domaine de Marketing social et renforcement de capacité des petites entreprises rurales
- Bonne connaissance en assainissement et des différentes stratégies expérimentées à travers le monde pour promouvoir la fin de la défécation à l'air libre.
- Bonne connaissance de la gouvernance de l'assainissement en Haïti
- Bonne connaissance du milieu urbain, rural et péri-urbain haïtien
- Bonne capacité d'analyse et rédactionnelle
- Très bonne maîtrise du créole et du français
- Très bonnes compétences sociales et relationnelles

Expertise en organisation d'enquêtes quantitatives et qualitatives

- Bonne connaissance en matière de conception d'enquêtes et de traitement des données

- Expériences avérées dans la conduite d'étude qualitative, quantitative et analyse de la chaîne de valeur
- Bonne connaissance des approches d'évaluation du consentement à payer
- Bonne connaissance du milieu rural et péri-urbain haïtien
- Bonne capacité d'analyse et rédactionnelle
- Très bonne maîtrise du créole et du français
- Très bonnes compétences sociales et relationnelles

Composition du dossier de candidature

Le dossier de candidature à soumettre, au plus tard le 22 novembre 2021, doit contenir :

- Le Curriculum Vitae à jour du soumissionnaire
- Une proposition technique et opérationnelle incluant : un résumé de la compréhension des termes de références, une description de la méthodologie proposée et un plan de travail
- Une proposition financière qui devra inclure notamment : les honoraires et per diem, les coûts d'hébergement et de transports, le coût de la collecte de données.