

Le Cadre Stratégique

Intégrer l'hygiène environnementale tout
au long de la chaîne de valeur agricole

2022



Table des matières

1.	L'importance de l'hygiène dans les chaînes de valeur agricoles	4
1.1	But et objectifs de ce cadre stratégique.....	5
1.2	Principaux défis abordés par ce cadre stratégique.....	5
1.3	Principales parties prenantes et appropriation	6
2.	Intégrer l'hygiène environnementale	8
2.1	Définir un ensemble minimal de services pour l'hygiène environnementale	11
2.1.1	Services et infrastructures	11
2.1.2	Changement de comportement, réglementation et gouvernance.....	13
3.	Comprendre les parties prenantes.....	14
3.1	Cartographier et s'engager avec les acteurs clés.....	14
3.2	Identifier et établir qui est propriétaire de quelles parties de ce programme aux niveaux local et national.....	14
3.3	Changer les pratiques en matière d'hygiène environnementale	15
3.3.1	Centres de transformation et de conditionnement des aliments.....	15
3.3.2	Marchés et Gares de transport	17
4.	Planification des interventions.....	19
4.1	Ensemble minimal de services.....	19
4.1.1	Planification et fourniture d'infrastructures	19
4.1.2	Exploitation et maintenance des services	19
4.1.3	Résumé	20
4.2	Changement de comportement	21
4.3	Réglementation et gouvernance	23
4.4	Mesures incitatives	24
5.	Résumé du cadre stratégique	25

Tableaux

Tableau 1. Types de maladies transmissibles liées à des déficits d'hygiène environnementale.....	9
Tableau 2. Exemple d'un ensemble minimal de services d'hygiène environnementale pour guider la planification et les investissements	12

Figures

Figure 1. Représentation schématique d'une CVA au niveau du producteur	7
Figure 2. Autres facteurs non abordés par le cadre stratégique qui interagissent avec l'hygiène environnementale au sein des CVA et contribuent à une approche intégrée de la gestion du risque de maladie	11
Figure 3. Résumé des processus clés du cadre stratégique pour le développement d'un ensemble minimal de services pour l'intégration de l'hygiène environnementale	26

Figure 4. Modules de travail spécifiques faisant partie d'un ensemble minimal de services pour l'intégration de l'hygiène environnementale..... 26

1. L'importance de l'hygiène dans les chaînes de valeur agricoles

Les chaînes de valeur agricoles (CVA) sont définies comme les personnes, les activités et les lieux qui amènent un produit agricole, de la production au consommateur, en passant par la transformation, le conditionnement et la distribution. Il s'agit de systèmes importants avec des interactions entre différents groupes de personnes. Les interactions le long d'une filière CVA présentent des risques de transmission de maladies tout au long de la chaîne, y compris le potentiel pour les nœuds au sein de la filière CVA de devenir des foyers d'épidémies et de foyers d'infection. Le potentiel de transmission des maladies signifie que le maintien de normes d'hygiène élevées - à la fois l'hygiène personnelle individuelle et l'hygiène environnementale au sens large - est essentiel pour protéger la santé publique et maintenir l'intégrité de la chaîne CVA. Étant donné que les CVA jouent un rôle central dans la société en assurant l'accès des ménages aux produits alimentaires, en fournissant des moyens de subsistance et en soutenant les économies locales, elles doivent offrir un environnement sain et sûr.

Il existe des normes et des orientations sur ce qui constitue une bonne hygiène dans les CVA des pays à revenu élevé, qui sont ensuite appliquées aux producteurs des pays à revenu moyen inférieur (PRMI) qui fournissent des biens destinés à l'exportation. Cependant, pour les CVA domestiques dans les PRMI, et plus particulièrement en Afrique subsaharienne, il n'existe pas actuellement de normes et d'orientations bien établies. En conséquence, les actions tendent à être prises sur une base ad hoc en réponse à des épidémies, et il y a un échec dans le développement de mesures proactives et préventives qui garantiront que les CVA sont saines et hygiéniques. Les mesures préventives comprennent des interventions au niveau des infrastructures, de l'environnement, du comportement et de la réglementation.

Il est important d'identifier les mesures qui, dans leur ensemble, offrent une protection contre une série de maladies. Cette approche est plus rentable et s'impose en raison du large éventail de menaces de maladies qui existent. Les mesures spécifiques à une maladie peuvent fournir une protection contre les menaces immédiates, mais à long terme, les CVA et les personnes qui les utilisent restent exposés à d'autres risques de maladie.

Ce cadre répond à ce besoin d'une approche structurée de l'intégration de l'hygiène dans les CVA en Afrique, et soutient les programmes de la SNV. Le cadre se concentre sur les CVA domestiques dans les pays africains. Il se concentre sur la réduction des risques de propagation des maladies au sein de la population lors de la transformation, du transport et de l'accès aux aliments.

La pandémie de COVID-19 a posé de nouveaux défis aux CVA en Afrique, car les marchés et les systèmes de production ont été interrompus ou soumis à des mesures de santé publique strictes. Cependant, comme l'a montré la programmation de la SNV en Afrique de l'Est, le respect de ces mesures a été faible pour certains milieux, groupes d'âge et actions, ce qui a entraîné une transmission continue de la maladie. En outre, les précédentes épidémies de maladies infectieuses ont montré que le maintien des mesures d'hygiène une fois la phase active d'une épidémie passée est difficile, et que le respect de ces mesures diminue sensiblement. Enfin, si certaines mesures de lutte contre la COVID-19 ont contribué à une protection plus large de la santé publique, certains domaines (notamment le drainage, les déchets solides, la fourniture de toilettes) qui sont importants pour lutter contre d'autres maladies infectieuses, ont reçu peu d'attention.

Si la COVID-19 a représenté un défi, il a également créé une nouvelle opportunité de promouvoir et de construire des CVA saines en Afrique. La pandémie a attiré l'attention sur la prévention des maladies et il est possible d'en profiter pour promouvoir le maintien et la résilience d'une bonne hygiène dans les CVA. Il est également essentiel de promouvoir des CVA saines dès maintenant, non seulement pendant que la

pandémie de COVID-19 se poursuit, mais aussi lorsque d'autres pandémies futures sont probables. L'amélioration de l'hygiène le long des CVA sera un élément clé de la préparation à une pandémie.

1.1 But et objectifs de ce cadre stratégique

L'objectif de ce cadre est de définir comment promouvoir des actions, tant au niveau national qu'international, pour améliorer l'hygiène environnementale dans les CVA, afin de réduire la transmission des maladies et d'améliorer la santé, le bien-être et la productivité des personnes travaillant dans la chaîne de valeur. Dans ce cadre stratégique, les CVAs prioritaires sont celles liées aux :

- Légumes
- Céréales
- Oléagineux
- Produits laitiers

Les objectifs spécifiques de ce cadre sont les suivants :

1. Définir la base de l'intégration de l'hygiène dans les CVA, y compris l'établissement des niveaux de service minimums requis
2. Identifier l'appropriation de l'agenda aux niveaux national et local, y compris au sein de la SNV
3. Identifier les opportunités de développement de la programmation pour aborder l'hygiène à travers les CVA, y compris les nouveaux programmes et la modification des programmes existants
4. Définir les opportunités et les objectifs clés pour l'influence nationale et internationale

1.2 Principaux défis abordés par ce cadre stratégique

Lorsque des personnes viennent travailler sur des lieux de transformation et de conditionnement des aliments, ou participent au transport de denrées alimentaires, elles apportent des agents pathogènes ou d'autres vecteurs de maladies dans une nouvelle "communauté" de collègues de travail et de contacts, qui ramènent ensuite ces agents pathogènes et ces vecteurs dans leur communauté d'origine. Les marchés constituent des environnements de santé publique encore plus complexes. Le déplacement d'un grand nombre de personnes à l'intérieur et à l'extérieur des marchés en fait des nœuds privilégiés pour la transmission des maladies et peut devenir le principal foyer de maladies et d'événements de "super propagation". Les personnes présentes dans les gares de transport interagissent avec une population beaucoup plus large, ce qui accroît leur exposition aux agents pathogènes et aux vecteurs de maladies qu'elles peuvent introduire dans leur communauté de travail ou de résidence. Les gares de transport ont le potentiel de créer des "super-diffuseurs" qui transmettent ensuite des maladies à un très grand nombre de personnes.

Ces modes de transmission sont importants pour la protection de la santé publique. Pour les CVA, cela souligne l'importance pour toutes les personnes impliquées dans le CVA d'être conscientes et de prendre des mesures pour se protéger contre la transmission des maladies. Ne pas le faire peut conduire à l'interruption de la CVA en raison d'une action de santé publique ou de la perte de confiance des consommateurs.

Le cadre est axé sur l'interaction entre la CVA et l'environnement au sens large, c'est-à-dire l'environnement social et physique au-delà de la CVA qui peut être la source de nouveaux vecteurs de maladies ou qui peut favoriser leur transmission. Dans ce contexte, la CVA comprend les producteurs, les travailleurs, les gestionnaires, les vendeurs et les consommateurs. Par conséquent, le cadre vise à prévenir la transmission de maladies infectieuses :

- Directement entre les personnes

- Sur des produits agricoles contaminés en raison d'une mauvaise hygiène des mains
- Par le contact avec des surfaces contaminées
- Dans le cas des produits laitiers, transmission de la maladie par le contact avec les animaux, les plaies cutanées ou l'inhalation d'agents pathogènes expulsés par les animaux

La figure 1 ci-dessous montre les composantes de base d'une CVA en commençant par le niveau producteur-ménage. Elle met en évidence les points où des risques d'hygiène peuvent être introduits, et comment cela a ensuite un impact sur les normes d'hygiène des aliments disponibles à la vente sur les marchés et, finalement, l'impact sur la santé de la population. De la même manière, il indique où des actions sont nécessaires.

Notez qu'il est important, dans le cadre de la programmation, de prendre en compte chaque CVA spécifique et de cartographier les risques à chaque étape de chaque CVA afin d'identifier où intervenir, quelles mesures envisager et comment les interventions peuvent être menées au mieux.

1.3 Principales parties prenantes et appropriation

L'intégration effective de l'hygiène environnementale et de ses composantes nécessaires le long d'une CVA nécessitera un changement d'attitudes, de normes et de pratiques tant au niveau des politiques que des pratiques - et ce, tant au niveau national que local. Cela nécessitera une stratégie claire pour influencer les différents secteurs et susciter l'engagement et l'action des différents acteurs : le gouvernement (national et local), le secteur privé, la société civile et les communautés et acteurs au sein de la CVA.

La section 3 décrit plus en détail les acteurs concernés et la question de l'appropriation.

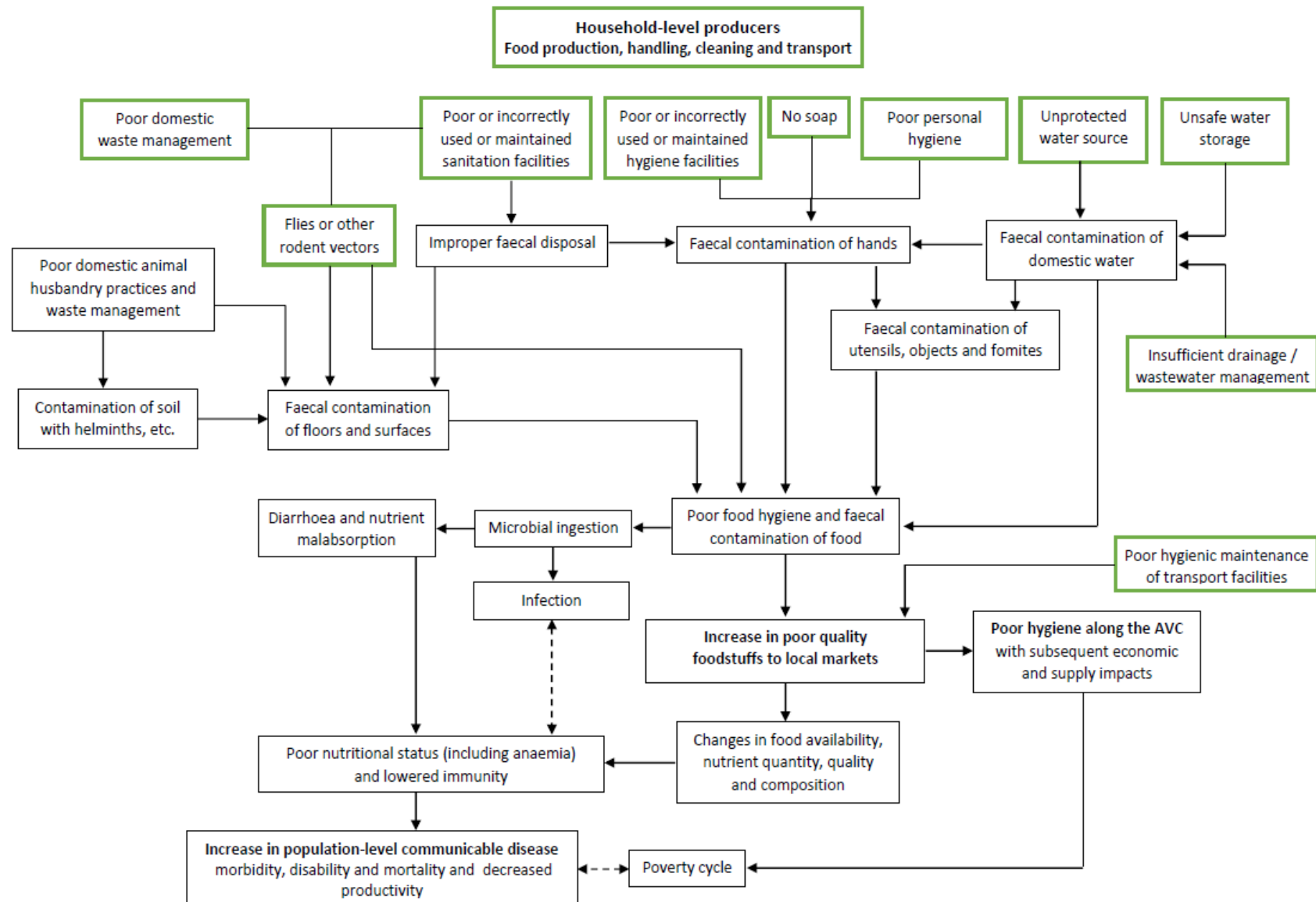


Figure 1. Représentation schématique d'une CVA au niveau du producteur
 Les cases surlignées en vert indiquent où les risques d'infection sont introduits et donc aussi où les interventions peuvent améliorer l'hygiène.

2. Intégrer l'hygiène environnementale

L'amélioration de l'hygiène dans l'ensemble des CVA vise à réduire les risques de transmission de maladies infectieuses à travers un large éventail de vecteurs de maladies et pas seulement pour une maladie individuelle. Elle nécessite donc la prise en compte de plusieurs types d'interventions qui interrompent la transmission de plusieurs manières. Le concept d'"hygiène environnementale" est utile dans le cadre de l'examen des CVA. Il est défini par l'Agence européenne pour l'environnement comme étant :

" Les mesures pratiques de prévention et de contrôle utilisées pour améliorer les conditions environnementales de base affectant la santé humaine, par exemple l'approvisionnement en eau propre, l'élimination des déchets humains et animaux, la protection des aliments contre la contamination et la fourniture d'un logement sain, tous ces éléments étant liés à la qualité de l'environnement humain " (AEE. n.d.).

Ce cadre utilise la définition de l'AEE pour décrire les actions requises pour permettre des environnements et des comportements sains (à la fois personnels et collectifs) au sein des CVA. Ces activités et comportements comprennent:

- L'approvisionnement en eau pour la boisson et le nettoyage.
- L'assainissement qui élimine de manière hygiénique les excréments humains et l'urine.
- Les comportements individuels et collectifs en matière d'hygiène personnelle
- L'évacuation des eaux de pluie et des eaux usées générées dans la CVA.
- La gestion des déchets solides.

Les interventions d'hygiène environnementale permettent de prévenir la transmission de différents types de maladies infectieuses. Elles sont résumées ci-dessous dans le **Table 1**.

Table 1. Types de maladies transmissibles liées à des déficits d'hygiène environnementale

Classe de maladie	Problèmes d'hygiène environnementale	Actions
Maladie diarrhéique	<ul style="list-style-type: none"> • Eau contaminée (boisson, rafraîchissement des légumes au marché) • Mauvaise hygiène des mains (contamination des aliments sur les marchés / lieux de restauration) • Mauvaise hygiène dans la manipulation, la production et la vente de produits alimentaires • Mauvais assainissement (excréments frais dans l'environnement) • Mouches (transfert de matières fécales sur les aliments) 	Investissements dans : <ul style="list-style-type: none"> • L'approvisionnement en eau géré de manière sûre • Gestion sûre de l'assainissement • Fournir du savon pour le lavage des mains • Interventions de communication pour le changement de comportement concernant l'hygiène des mains, la manipulation et la transformation des aliments.
Maladie respiratoire	<ul style="list-style-type: none"> • Mauvaise hygiène des mains (absence de postes de lavage des mains) • Approvisionnement en eau insuffisant) • Manque de distance physique • Absence de masques de protection 	Investissements dans : <ul style="list-style-type: none"> • Approvisionnement en eau géré de manière sûre • Fourniture de savon et de stations de lavage des mains • Communication pour le changement de comportement concernant les EPI, le lavage des mains, la toux et les éternuements. • Fourniture de masques et d'autres équipements de protection individuelle. • Règles sur la distanciation sociale et le port de masques faciaux.
Maladies à insectes vecteurs (paludisme, dengue, zika)	<ul style="list-style-type: none"> • Eau stagnante (mauvais drainage et mauvaise évacuation) 	Investissements dans : <ul style="list-style-type: none"> • Drainage des eaux grises et bleues relié à des puits ou à des drains d'eau de surface.
Vecteurs rongeurs (leptospirose)	<ul style="list-style-type: none"> • Mauvaise gestion des déchets solides, notamment des déchets organiques 	Investissements dans : <ul style="list-style-type: none"> • Collecte régulière des ordures, • Séparation des déchets organiques et non organiques • Interdiction de brûler les déchets sur place

Comme le montre le tableau 1, certaines interventions sont importantes pour plus d'un type de maladie. Ainsi, les investissements dans un approvisionnement en eau géré de manière sûre et la fourniture de savon contribuent à prévenir à la fois les maladies diarrhéiques et respiratoires. Certaines interventions sont également étroitement liées. Par exemple, l'approvisionnement en eau nécessite également des investissements dans le drainage pour éviter la création de risques liés aux insectes vecteurs. La plupart des interventions, sinon toutes, nécessiteront également une

communication sur le changement de comportement. Lors de la planification des interventions, il est donc essentiel d'adopter une vision systémique de la CVA afin d'éviter des conséquences négatives involontaires.

Il existe d'autres domaines où la qualité de l'environnement peut avoir un impact sur les CVA :

- L'utilisation des eaux usées et des boues fécales dans la production alimentaire.
- Défrichement des terres et exposition accrue à de nouvelles zoonoses
- Abattoirs et commerce de la viande
- Exposition aux produits chimiques utilisés dans la production (pesticides) ou dans la transformation et le conditionnement, bruit et chaleur.

Il s'agit de questions qui sont soit:

1. Font l'objet de directives, de normes ou de réglementations existantes qui doivent être respectées.
 - Cela inclut l'utilisation des eaux usées et des boues fécales dans la production alimentaire (couverte par les directives de l'OMS), l'utilisation de produits chimiques, le bruit et la chaleur (généralement couverts par les réglementations sur la santé au travail), et les abattoirs et le commerce de la viande (généralement couverts par des réglementations nationales spécifiques)
2. Ont été considérés par la SNV comme hors du champ d'application de leur travail principal dans les CVA (par exemple les abattoirs et le commerce de la viande).
3. Lorsque les preuves sont limitées, les voies de la maladie sont complexes et incertaines et font l'objet de domaines de recherche distincts (par exemple, le défrichage et l'exposition accrue à de nouvelles zoonoses).

Le cadre ne traite pas non plus directement de la sécurité alimentaire, qui est couverte par l'application du processus d'analyse des risques et de maîtrise des points critiques (HACCP) qui est la norme dans l'industrie alimentaire. Le cadre couvre toutefois la prévention de la contamination des denrées alimentaires brutes sur les marchés de gros et de détail due à une mauvaise hygiène (par exemple, la contamination des légumes par de l'eau sale ou une mauvaise hygiène des mains des vendeurs et des acheteurs). Ce cadre a donc des interfaces avec d'autres directives, règlements et normes, et doit être considéré comme faisant partie d'une approche intégrée de la gestion des risques de maladie, illustrée dans la

Figure 2 ci-dessous.

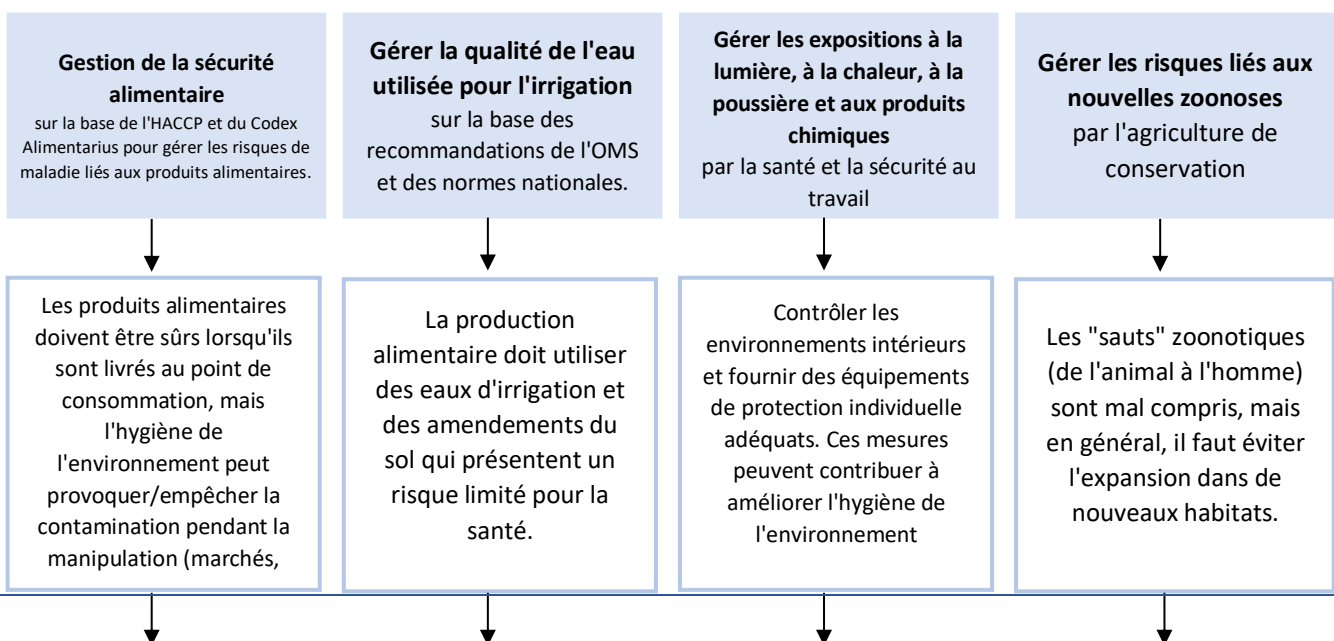


Figure 2. Autres facteurs non abordés par le cadre stratégique qui interagissent avec l'hygiène environnementale au sein des CVA et contribuent à une approche intégrée de la gestion du risque de maladie.

2.1 Définir un ensemble minimal de services pour l'hygiène environnementale

Les CVA ont des " nœuds " bien définis - des lieux physiques où la fourniture d'installations et de services d'hygiène environnementale est essentielle. Il s'agit de lieux où la fourniture et la gestion de services, notamment d'infrastructures, sont essentielles. Sans ces services, les comportements contribuant à une meilleure hygiène environnementale sont difficiles, voire impossibles. Au sein des CVA, les lieux où les services et les infrastructures sont nécessaires sont : les centres de transformation et de conditionnement des aliments, les gares de transport et les marchés.

2.1.1 Services et infrastructures

Dans chaque contexte, il est recommandé de définir un ensemble minimal de services pour guider les plans et les investissements. Le **Tableau 2** ci-dessous fournit des recommandations pour un paquet minimum de services, dérivées à la fois des principes de conception de la prestation de services et d'un examen limité des normes et directives disponibles.

Il sera important dans chaque pays d'avoir des conversations avec les parties prenantes pour définir ce qui, dans chaque contexte local, est jugé suffisant et faisable en termes de paquet minimum de services. Les étapes clés de l'élaboration d'un paquet minimum de services dans chaque pays sont l'exploration des incitations existantes qui augmentent le potentiel pour assurer la fourniture de services et les obstacles à l'action. Il convient de planifier des actions qui tiennent compte de ces incitations.

La définition des niveaux de service se base sur le nombre de personnes qui seront desservies et sur les emplacements critiques des services - par exemple l'emplacement des stations de lavage des mains. Il est important de noter la différence entre les lieux de travail et les marchés en ce qui concerne les populations d'utilisateurs et donc la fourniture de services:

1. Les lieux de travail ont des populations relativement stables et prévisibles et les niveaux de service peuvent donc être définis sur la base du nombre attendu d'utilisateurs sur des périodes raisonnablement bien définies. Il est important de prendre en compte l'impact des horaires de travail sur la population active, en notant les moments particuliers où un grand nombre de personnes peuvent avoir besoin de services, et de baser la conception des services pour en tenir compte.
2. Les marchés sont très différents, car ils combinent une population stable de commerçants et de leur personnel et une population très transitoire de clients. Cela peut rendre la planification des services plus difficile car il y aura une certaine incertitude dans l'estimation du nombre d'utilisateurs sur des périodes données.
3. Les gares de transport sont également très différents car la majorité de la population est transitoire et seul un petit nombre de personnes se trouve quotidiennement au centre pour des périodes prolongées. Cela peut compliquer la planification des niveaux de service étant donné l'incertitude sur le nombre d'utilisateurs.

Paramètres	Approvisionnement en eau	Assainissement	Postes de lavage des mains	Élimination des déchets solides	Drainage (eaux grises et bleues)
Marchés	1 robinet pour 20 commerçants, plus une quantité suffisante pour fournir un robinet pour 200 clients Robinet situés dans toute la zone du marché L'eau doit être disponible en permanence, au moins pendant les heures d'ouverture du marché (y compris le chargement, l'emballage et le nettoyage).	1 toilette pour 20 commerçants avec suffisamment de places pour assurer une toilette pour 200 clients. Les toilettes doivent être séparées par sexe Les toilettes pour femmes doivent prévoir la gestion de l'hygiène menstruelle.	Un poste de lavage des mains pour 15 commerçants et un poste de lavage des mains pour 25 clients. Postes de lavage des mains à l'extérieur de chaque toilette Chaque poste de lavage des mains doit disposer d'un savon et/ou d'un désinfectant pour les mains, qui doit être régulièrement vérifié (au moins une fois par jour) et réapprovisionné.	Séparation des déchets organiques et non organiques dans des poubelles couvertes (minimum) Un bac pour 20 commerçants Poubelles situées à l'extérieur du marché et dans une zone sécurisée qui est nettoyée au moins une fois par semaine. Collecte quotidienne des déchets organiques	Tous les toits sont équipés de gouttières reliées au drainage de surface ; les drains de surface du marché sont nettoyés quotidiennement. Drainage interne du marché Collecte des eaux usées de l'étal du commerçant liée à un système de drainage interne couvert lié à un puits ou à un système d'égout.
Gares de transport	1 robinet pour 100 voyageurs Robinets situés dans le centre	1 toilette pour 50 voyageurs Séparation des sexes Les toilettes pour femmes doivent être équipées d'un système de gestion de l'hygiène menstruelle.	Postes de lavage des mains à l'extérieur de chaque cabine de toilettes, avec un poste de lavage des mains pour 100 personnes utilisant le centre.	Déchets organiques et non organiques triés dans des bacs couverts (minimum) Zones de stockage des déchets nettoyées au moins une fois par semaine Collecte quotidienne des déchets organiques	Tous les toits avec des gouttières reliées au drainage de surface ; les drains de surface du marché sont nettoyés quotidiennement. Drainage interne des marchés Collecte des eaux usées de l'étal d'un commerçant relié à un système de drainage interne couvert relié à un puits perdu ou à un égout
Centres de Formation Alimentaire	1 robinet pour 20 employés Robinets disponibles sur le lieu de travail	5 employés ou moins : 1 toilette (partagée entre les deux sexes). 6-45 personnes : au moins 2 toilettes (avec séparation des sexes). 46-100 : au moins 4 toilettes (avec ségrégation des sexes) Plus de 100 : plans détaillés requis par étage/zone	5 personnes ou moins : 1 poste 6-25 personnes : au moins 2 26-50 : au moins 3 51-75 : au moins 4 76-100 : au moins 5 Plus de 100 : plans détaillés requis par étage/zone Toutes les toilettes sont équipées d'un poste de lavage des mains	Déchets organiques et non organiques triés dans des bacs couverts (au minimum) Nettoyage des zones de stockage des déchets au moins une fois par semaine Collecte des déchets organiques au moins deux fois par semaine	Tous les toits avec des gouttières reliées au drainage de surface ; les drains de surface du marché sont nettoyés quotidiennement. Drainage interne des marchés Collecte des eaux usées de l'étal d'un commerçant relié à un système de drainage interne couvert relié à un puits perdu ou à un égout
Centres de Conditionnement des Aliments	1 robinet pour 20 employés Robinets disponibles sur le lieu de travail	5 personnes ou moins : 1 toilette (partagée entre hommes et femmes). 6 à 45 personnes : au moins 2 toilettes (séparées par sexe). 46-100 : au moins 4 toilettes (séparées par sexe) Plus de 100 : plans détaillés requis par étage/zone	5 personnes ou moins : 1 poste 6-25 personnes : au moins 2 26-50 : au moins 3 51-75 : au moins 4 76-100 : au moins 5 Plus de 100 : plans détaillés requis par étage/zone Toutes les toilettes sont équipées d'un poste de lavage des mains	Déchets organiques et non organiques triés dans des bacs couverts (au minimum) Nettoyage des zones de stockage des déchets au moins une fois par semaine Collecte des déchets organiques au moins deux fois par semaine	Tous les toits avec des gouttières reliées au drainage de surface ; les drains de surface du marché sont nettoyés quotidiennement. Drainage interne des marchés Collecte des eaux usées de l'étal d'un commerçant relié à un système de drainage interne couvert relié à un puits perdu ou à un système d'égout.

Tableau 2. Exemple d'un ensemble minimal de services d'hygiène environnementale pour guider la planification et les investissements

2.1.2 Changement de comportement, réglementation et gouvernance

Outre la fourniture de services et d'infrastructures, des interventions axées sur les comportements et leur modification sont nécessaires. Cela permet de s'assurer que les services sont utilisés efficacement et que tant les individus que le groupe plus large d'acteurs et le public adoptent des comportements qui protègent la santé. En outre, les CVA représentent un ensemble intégré de facteurs économiques, commerciaux, sociaux et liés aux infrastructures. Les actions menées dans le cadre des CVA doivent s'attaquer à toute une série de problèmes, dont les réglementations et les politiques. Avant de mettre en œuvre de nouvelles réglementations et politiques, les programmes visant à améliorer l'hygiène environnementale devront examiner celles qui sont en vigueur afin d'évaluer leur adéquation et leur niveau d'application.

Les détails sur l'organisation et l'évaluation des campagnes de changement de comportement, des réglementations et de la gouvernance sont examinés en détail dans la section 4 : Planification des interventions (sections 4.2 et 4.3, respectivement).

3. Comprendre les parties prenantes

Pour intégrer efficacement l'hygiène environnementale, il faut changer les attitudes, les normes et les pratiques au sein des politiques et des pratiques aux niveaux national et local. Cela nécessite une stratégie visant à influencer différents secteurs afin de susciter l'engagement et l'action de différents acteurs : le gouvernement (national et local), le secteur privé, la société civile et les communautés. Ce processus comporte un certain nombre d'étapes clés.

3.1 Cartographier et s'engager avec les acteurs clés

La cartographie des acteurs clés est essentielle dans chaque contexte pour identifier qui ils sont, quelles sont les incitations susceptibles de guider leur prise de décision, et comment ils peuvent être influencés pour changer. Comme ci-dessus, cela permet d'élaborer une stratégie qui suscite l'engagement, l'action, l'appropriation et la responsabilité des différents acteurs.

3.2 Identifier et établir qui est propriétaire de quelles parties de ce programme aux niveaux local et national

Pour influencer sur les normes sectorielles, il faut savoir clairement qui doit " s'approprier " l'agenda. L'appropriation n'est pas synonyme d'action. L'appropriation est la personne qui assume en fin de compte la responsabilité des actions entreprises, même si ces actions sont mises en œuvre par quelqu'un d'autre.

Le "propriétaire" principal de la promotion de l'hygiène environnementale est l'organisme de santé publique au niveau national (gouvernement national et local). En fin de compte, les normes, les règlements et les orientations qui régissent l'hygiène environnementale sont motivés par la nécessité de protéger la santé publique et de promouvoir des lieux, des produits et des services sains. En réalité, en raison de l'élément environnemental, de nombreuses autorités de santé publique délèguent tout ou une partie de la responsabilité aux professionnels de l'AEPHA, ou aux responsables de l'hygiène environnementale. Ces professionnels sont susceptibles de siéger au sein des collectivités locales qui jouent un rôle essentiel dans la détermination de l'emplacement, de la nature et de la qualité des lieux publics, tels que les marchés et les gares de transport, dans le cadre de leurs systèmes de planification spatiale et économique. La politique et les organismes agricoles sont également les maîtres d'œuvre de l'agenda car ce sont eux qui contribueront à déterminer si et comment des améliorations en matière d'hygiène environnementale sont apportées sur le terrain dans des parties clés de la CVA. L'agriculture dirigera la définition, la promotion et le soutien des interventions visant à améliorer l'hygiène environnementale sur les lieux de travail et dans les environnements alimentaires.

Reflétant cet ensemble quelque peu compliqué de " propriétaires ", ce cadre reconnaît qu'il y aura probablement deux zones d'appropriation des actions en matière d'hygiène environnementale dans chaque pays : les centres de transformation et de conditionnement des aliments et les marchés et gares de transport.

1. Centres de transformation et de conditionnement des aliments

La responsabilité incombe au secteur agricole, ce qui peut impliquer les ministères nationaux de l'agriculture, leurs agences déléguées (par exemple, les départements de vulgarisation) et les départements du gouvernement local (en particulier dans les zones rurales). Dans ce contexte, le secteur de l'agriculture doit travailler avec les producteurs (secteur privé et société civile) et le gouvernement national pour susciter le changement et améliorer l'hygiène environnementale, et s'appuyer sur l'expertise technique du programme WASH pour définir et concevoir les interventions.

2. Marchés et Gares de transport

Ici, l'appropriation incombe aux gouvernements locaux et impliquera les départements de développement économique, les départements locaux d'infrastructure et de planification, et le département WASH. Là où cela existe, le secteur WASH (au nom des agences de santé publique) devra s'engager auprès des gouvernements locaux et nationaux, des prestataires de services et des commerçants pour développer et concevoir des programmes. Les équipes chargées de l'agriculture peuvent aider à certains aspects de cette tâche, par exemple en établissant des liens avec les associations de commerçants et les producteurs.

3.3 Changer les pratiques en matière d'hygiène environnementale

3.3.1 Centres de transformation et de conditionnement des aliments

En fin de compte, le changement des pratiques en matière d'hygiène dans les centres de transformation et de conditionnement des aliments nécessite un investissement de la part des entreprises commerciales ou (sociales) qui gèrent ces centres. Il existe un très large éventail d'entreprises de transformation et de conditionnement des aliments, qu'il s'agisse de petites ou moyennes entreprises privées, de coopératives ou d'autres formes d'entreprises sociales. Elles peuvent comprendre un très petit nombre de personnes ou une main-d'œuvre relativement importante. Il peut s'agir de locaux extérieurs ou intérieurs. Les différents types et tailles d'entreprises nécessiteront différents types d'intervention, mais toutes auront besoin d'incitations pour investir dans l'hygiène environnementale. Ces incitations peuvent être des exigences réglementaires, des avantages commerciaux, des risques pour la réputation ou des demandes des employés.

En général, les exigences réglementaires en tant qu'incitations sont susceptibles d'être plus fortes pour les grandes entreprises et les entreprises commerciales, tandis que la satisfaction des exigences des employés peut être plus forte pour les entreprises sociales. Le risque de réputation peut s'appliquer à tous les types d'entreprises, mais il est susceptible d'être le plus fort pour les entreprises où il peut être directement lié à une perte de revenus. En réfléchissant au type d'entreprise sur lequel se concentrer, il est important de rechercher et d'analyser un certain nombre de facteurs:

- **Existe-t-il un organisme industriel?**
 - Lorsqu'il existe des associations, les possibilités d'action peuvent être accrues car l'organisme de coordination peut être engagé et utilisé pour prospecter et faire pression sur sa communauté afin qu'elle réagisse positivement.
- **Sont-ils déjà soumis à une réglementation?**
 - Lorsque les entreprises sont déjà soumises à une réglementation, il sera plus facile d'introduire des réglementations en matière d'hygiène environnementale (bien que cela puisse susciter une certaine résistance) que d'essayer d'introduire des réglementations dans des entreprises qui n'étaient pas encore réglementées.
 - La réglementation peut être déterminée par la taille de l'entreprise mais aussi par son type. Les petites entreprises et souvent les entreprises sociales peuvent être moins réglementées que leurs homologues commerciales plus grandes.
- **Quelle est la taille et l'engagement de leur clientèle?**
 - Les bases de clients plus importantes et les consommateurs plus engagés ont tendance à créer des risques de réputation plus importants en cas de non-adoption des meilleures pratiques et peuvent créer des opportunités commerciales pour les premiers adoptants.
- **Quels sont les niveaux de concurrence auxquels ils sont confrontés?**

- Des marchés très concurrentiels augmentent la valeur de la réputation, créant des incitations à démontrer les meilleures pratiques. Ils peuvent également créer des avantages commerciaux pour les premiers utilisateurs.

De nombreux pays ont des exigences en matière de santé et de sécurité au travail, mais celles-ci ne s'étendent pas forcément à toutes les entreprises (le nombre de travailleurs est souvent un critère) ou elles sont mal appliquées. L'influence doit se concentrer sur l'application des réglementations existantes, après avoir compris les causes sous-jacentes et les facteurs de non-application, plutôt que sur l'élaboration de nouvelles réglementations. S'il est peu probable que la réglementation à elle seule permette de résoudre les problèmes d'hygiène, et en particulier son application continue en dehors des épidémies, elle constitue néanmoins un fondement essentiel des améliorations et crée des incitations à l'action.

Pour que les entreprises adoptent de nouvelles pratiques, il faudra développer une analyse de rentabilité pour l'investissement dans l'hygiène à travers la CVA, en montrant comment cet investissement produira des avantages commerciaux ou autres (par exemple, sociaux, de réputation) qui sont valorisés par l'entreprise. Les bénéfices peuvent provenir, par exemple, d'opportunités de marketing, ou de l'amélioration de la productivité des travailleurs en évitant les jours de travail perdus pour cause de maladie. Pour bien faire, la SNV devra entreprendre des évaluations au niveau local pour établir le dossier. Les déclarations généralisées basées sur une modélisation généralisée se sont avérées largement inefficaces dans le domaine de l'eau, de l'assainissement et de l'hygiène (WASH) et il n'y a aucune raison de croire que cela serait différent pour la transformation et le conditionnement des aliments. Un élément d'évaluation consistera à étudier la manière dont les consommateurs de produits évaluent l'hygiène lorsqu'ils achètent un produit : sont-ils prêts à payer plus cher pour des produits considérés comme plus sains et plus hygiéniques et de combien ?

Pour justifier l'action et s'engager auprès des entreprises, il convient d'envisager la manière d'exercer la plus grande influence et le plus grand impact possible sur le secteur national. Il serait bénéfique de se concentrer sur les entreprises qui, en raison de leur taille, sont capables d'influencer les actions d'entreprises similaires. Il peut être utile de commencer par les grandes entreprises qui servent les marchés locaux (nationaux), dont certaines peuvent être des multinationales, étant donné leur potentiel à conduire le changement. Obtenir l'adhésion des grandes entreprises aura trois effets positifs:

1. Leurs actions seront importantes car ils servent une grande partie du marché.
2. Ils peuvent répercuter les exigences à travers leur chaîne d'approvisionnement pour étendre leur impact à l'ensemble de la CVA.
3. Leurs actions peuvent faire pression sur les autres producteurs pour qu'ils s'alignent sur leurs actions afin de s'assurer qu'ils obtiennent des avantages similaires.

Pour y parvenir, il faudra investir dans des analyses montrant les avantages probables de l'amélioration de l'hygiène et une évaluation réaliste des coûts pour permettre aux entreprises d'évaluer le rapport qualité-prix. Des études sur la perception par les consommateurs de l'importance de l'hygiène dans l'achat de produits peuvent être nécessaires, ainsi que des études sur les gains de productivité. La première étape de cette démarche devrait consister en un examen critique des preuves qui existent au niveau mondial (y compris dans les pays à revenu élevé et dans une série de secteurs) avant de décider de se lancer dans des études plus poussées. Le potentiel de développement de marchés pour la fourniture de produits d'hygiène devrait être exploré - par exemple en établissant des liens avec les principaux fournisseurs de savon qui pourraient être disposés à développer des stratégies pour commercialiser leurs produits auprès des producteurs alimentaires.

Le risque de réputation peut être une forte incitation, en particulier pour les acteurs les plus importants et ceux qui sont liés à des entreprises ayant un profil international, car des défaillances de base en matière d'hygiène ou de protection de la santé des travailleurs peuvent avoir des impacts négatifs sur la perception des consommateurs. La meilleure façon de comprendre les risques de réputation est de les intégrer à l'examen de l'avantage commercial, car il est préférable de les considérer comme un facteur positif (c'est-à-dire que les entreprises souhaitent protéger leur bonne réputation) plutôt que négatif (c'est-à-dire la menace d'exposer un mauvais comportement).

3.3.2 Marchés et gares de transport

Les marchés et les gares de transport sont des espaces publics et, par conséquent, bien que les commerçants privés les utilisent couramment et puissent contribuer à leur gestion, ils sont la "propriété" des autorités locales. On s'attend donc à ce que les autorités locales (ou nationales) garantissent la fourniture de services, même si les associations de commerçants peuvent jouer un rôle important en exigeant des services, en contribuant au financement ou en s'impliquant dans l'organisation de la fourniture de services. Cela peut être plus fort pour les marchés où il existe un ensemble cohérent de personnes impliquées dans la vente de biens et qui ont des intérêts directs à s'assurer que leur environnement est hygiénique et attrayant pour les clients afin d'encourager la fréquentation.

En développant des approches pour améliorer les services dans ces endroits, il sera important de travailler avec les gouvernements pour développer et fournir des services initiaux (informés par les niveaux minimums de service, comme indiqué par exemple dans le **Tableau 2**). Cela peut commencer localement pour démontrer la faisabilité des modèles de fourniture de services, avec un travail ultérieur avec les gouvernements locaux et nationaux pour mettre à jour les normes, les règlements et l'application. Il est recommandé que cela se fasse par le biais de deux activités connexes.

1. Développer un ensemble de pilotes

Cela pourrait être développé là où des investissements sont réalisés pour fournir des services qui répondent aux normes minimales, soutenus par des accords de courtage concernant le paiement des coûts d'exploitation et de maintenance et la négociation des tarifs avec les fournisseurs. Ces projets pilotes devraient être créés conjointement avec les autorités locales et les entreprises (ou associations) dans des zones où l'intérêt et les incitations sont déjà établis. Ces projets devraient faire l'objet d'une évaluation rigoureuse pour déterminer l'efficacité de leur mise en œuvre et leur impact sur les commerçants et la confiance des utilisateurs dans le marché. Les détails de ces projets pilotes ne sont pas couverts par ce cadre, mais ils pourraient être coproduits assez rapidement.

2. Dialogue avec les responsables politiques du gouvernement national, les gouvernements locaux et les prestataires de services.

Un dialogue doit être engagé pour obtenir un soutien au développement d'un cadre national pour des normes minimales dans les lieux publics. Cela pourrait se faire par le biais d'une série d'ateliers structurés visant à obtenir l'approbation de l'approche et à convenir et définir des niveaux de service minimums nationaux.

Les gares de transport représentent un défi un peu plus grand dans la mesure où, dans la plupart des cas, les utilisateurs de ces gares de transport attendent des autorités locales qu'elles fournissent des services, qu'elles maintiennent l'hygiène et qu'elles fassent respecter les règles d'hygiène par les vendeurs de nourriture. Les possibilités de travailler avec les transporteurs ou les groupes d'utilisateurs de transport peuvent être limitées, en particulier pour les gares de transport où des services de minibus plus informels opèrent généralement en dehors d'un cadre réglementaire. Il y a

une forte logique pour que le gouvernement prenne la tête de la fourniture de services et la maintenance en raison de l'importance des réseaux de transport dans la transmission des maladies, en particulier pour les infections respiratoires comme la COVID-19. Cependant, il pourrait être possible de faire payer l'utilisation des toilettes, par exemple, pour aider à compenser certains coûts gouvernementaux.

Pour y parvenir, il est recommandé de :

- 1.** Identifier un ou plusieurs programmes nationaux dans lesquels il est possible de travailler avec les gouvernements nationaux et locaux, ainsi qu'avec les prestataires de services, afin de développer un cadre national convenu pour un ensemble minimal de services, accepté par toutes les parties prenantes.
- 2.** Travailler avec les gouvernements locaux et les prestataires de services pour développer des projets pilotes afin de fournir le paquet minimum de services, avec des tarifs convenus avec les prestataires de services et des systèmes de paiement par les commerçants du marché des frais d'exploitation et de maintenance.
- 3.** Évaluer rigoureusement le(s) pilote(s) afin d'évaluer l'efficacité de la mise en œuvre et leur impact en termes de confiance des commerçants et des utilisateurs du marché.
- 4.** Développer des projets visant à soutenir une entreprise locale pour gérer les services sous contrat avec les associations de commerçants sur les marchés et potentiellement gérer les systèmes d'assainissement dans les gares de transport.

4. Planification des interventions

4.1 Ensemble minimal de services

4.1.1 Planification et fourniture d'infrastructures

La planification et la fourniture de l'ensemble minimal de services doivent tenir compte de l'infrastructure nécessaire pour soutenir les services, de la manière dont ces services seront exploités et entretenus, et de qui paiera ces services. Les niveaux de service minimums présentés dans le **tableau 2** donnent une indication du type d'infrastructure qui sera nécessaire. Cependant, comme nous l'avons noté, ce qui sera fourni à chaque endroit devra être étayé par une évaluation et une conception techniques détaillées. Cependant, le point de départ de la fourniture de services est d'identifier la quantité d'infrastructures requises qui existent actuellement, si elles sont adéquates pour répondre aux demandes attendues, quelles sont les réhabilitations et/ou extensions nécessaires, puis combien coûteront les mises à niveau ou la fourniture de nouvelles infrastructures.

Lorsque les infrastructures existantes sont très limitées ou inexistantes, il faudra évaluer comment accéder aux services. Par exemple, le forage de puits peut être nécessaire lorsque l'eau courante n'est pas disponible ou très peu fiable. Cette évaluation devra être complétée par des plans d'ingénierie pour la fourniture de services à l'intérieur du marché lorsqu'il n'y a pas de système de canalisation interne ou que celui-ci est inadéquat. Pour les entreprises de transformation et de conditionnement des aliments, une évaluation similaire et une conception ultérieure seront nécessaires. Cependant, dans de tels cas, les entreprises elles-mêmes peuvent s'en charger et bénéficier d'un soutien pour faciliter l'engagement d'une expertise technique appropriée.

Les coûts d'investissement pour la fourniture d'infrastructures de services sur les marchés et les gares de transport seront très probablement pris en charge uniquement par le gouvernement ou ses donateurs, bien que dans certains cas, des contributions puissent être demandées aux commerçants dans le cadre des frais d'emplacement. Les coûts d'investissement comprendront:

- La construction des systèmes de canalisation internes des marchés
- La construction de toilettes et de postes de lavage des mains
- La construction de caniveaux et de drains reliés aux systèmes de drainage des eaux de surface
- La construction de points de collecte des ordures

Un élément supplémentaire de l'investissement en capital pourrait bien être les frais de connexion aux fournisseurs de services publics, en particulier dans les grandes zones urbaines ou les petites villes. Lors de la planification des programmes, il est donc important de comprendre quels sont ces frais et comment ils seront payés. Dans certains cas, le gouvernement ou le donateur/SNV peut payer ces frais, mais il peut être intéressant d'envisager une contribution des commerçants pour payer une partie, voire la totalité, des frais de raccordement. Cela peut être possible par le biais d'une association de marché ou d'une association de commerçants, là où elles existent.

4.1.2 Exploitation et maintenance des services

Le fonctionnement et l'entretien des services, y compris le paiement des prestataires de services, sont essentiels pour améliorer l'hygiène environnementale. Les projets de la SNV eux-mêmes ont signalé que le fonctionnement et l'entretien de l'eau, de l'assainissement et de l'hygiène (WASH) sur les marchés constituaient un problème. Lors de l'élaboration des programmes, il sera essentiel de travailler avec les associations de commerçants du marché ou des organismes similaires pour développer des systèmes de collecte et de paiement des frais pour les services d'hygiène

environnementale. Cela nécessitera probablement un compte bancaire dédié, un système bien défini de contributions individuelles et un système de gestion financière clair.

On pourrait envisager le développement d'entreprises locales (un ou plusieurs commerçants) pour prendre en charge la gestion des services d'hygiène environnementale, y compris la collecte des frais et les réparations de la plomberie interne, dans un ou plusieurs marchés ou gares de transport. Une telle approche pourrait ensuite être facilement étendue pour couvrir les coûts d'entretien des toilettes et des canalisations, deux domaines pour lesquels il peut être difficile d'obtenir d'autres financements. Une telle approche permettrait à une petite entreprise de se développer, contribuant ainsi à l'emploi, et pourrait également offrir des possibilités d'obtenir des remises en gros auprès des fournisseurs de savon et autres produits d'hygiène. Cette approche pourrait être développée en investissant dans la mise en place d'organisations de services capables de gérer l'entretien de l'hygiène sur plusieurs marchés, payés par les associations de commerçants de chaque marché. Cela permettrait de réaliser des économies d'échelle et de créer une opportunité commerciale plus viable.

Les gares de transport représentent un défi un peu plus grand dans la mesure où, dans la plupart des cas, les utilisateurs de ces gares de transport s'attendent à ce que les autorités locales fournissent des services, maintiennent l'hygiène et appliquent les réglementations en matière d'hygiène aux vendeurs de nourriture. Les possibilités de travailler avec les fournisseurs de transport ou les groupes d'utilisateurs de transport peuvent être limitées, en particulier pour les gares de transport où des services de minibus plus informels opèrent généralement en dehors d'un cadre réglementaire. Il y a une forte logique pour que le gouvernement prenne la tête de la fourniture de services et la maintienne en raison de l'importance des réseaux de transport dans la transmission des maladies, en particulier pour les infections respiratoires telles que le COVID. Cependant, il pourrait être possible de faire payer l'utilisation des toilettes, par exemple, pour aider à compenser certains coûts gouvernementaux.

4.1.3 Résumé

Si des programmes sont développés pour des marchés et des gares de transport, la conception devra donc prendre en compte et suivre les étapes suivantes :

1. Déterminer quels services existent actuellement sur le marché ou dans la gare de transport et quels services supplémentaires seront nécessaires
2. Évaluer si les services d'hygiène environnementale (eau courante, gestion des boues fécales, gestion des déchets solides, entretien des canalisations) peuvent être étendus ou si de nouveaux services doivent être conçus et développés
3. Identifier les coûts d'investissement pour les nouvelles infrastructures et convenir de la manière dont ils seront financés (par exemple, une subvention ou un prêt du gouvernement ou d'un donateur, et/ou quel niveau de contribution du commerçant est requis)
4. Travailler avec les associations de marché pour développer un plan de gestion financière pour le maintien des services, y compris:
 - a. Fixation des frais à payer par les commerçants, méthodes et fréquence de recouvrement
 - b. La création d'un comité de surveillance
 - c. S'assurer de l'ouverture d'un compte bancaire
 - d. Enregistrement de l'association auprès des prestataires de services
5. Établir un fournisseur de services au sein du marché et élaborer un contrat clair entre l'association et les fournisseurs de services.

4.2 Changement de comportement

Outre la fourniture de services et d'infrastructures, des interventions axées sur les comportements et leur modification sont nécessaires. Cela permet de s'assurer que les services sont utilisés efficacement et que les comportements personnels et collectifs qui protègent la santé sont respectés. Les comportements qu'il peut s'avérer nécessaire de promouvoir sont l'hygiène des mains, la distance physique, le port de masques faciaux, la dissuasion des crachats et la mise au rebut des déchets. Les programmes de changement de comportement, ou des éléments de programmes, nécessitent des besoins spécifiques:

1. Être adapté au contexte spécifique d'intérêt (par exemple, le marché, les gares de transport, la transformation et le conditionnement des aliments).
2. Cibler le public concerné (par exemple, le personnel, les commerçants, les fournisseurs, le grand public).
3. Décider dès le départ quels comportements seront visés par les programmes de communication.
4. Le nombre de comportements ciblés et de messages délivrés en une seule fois.

En ce qui concerne le point 3, pour tous les milieux et tous les publics, il s'agira du lavage des mains au savon, mais le message devra peut-être être modifié selon que l'on s'intéresse aux maladies diarrhéiques, aux maladies respiratoires ou à une combinaison de maladies. D'autres comportements incluront des aspects tels que l'équipement de protection individuelle (masques faciaux, etc.) et la distanciation physique, tous deux importants dans le cadre de la pandémie actuelle de COVID-19, mais aussi pour la grippe et d'autres maladies respiratoires. D'autres aspects tels que l'élimination des déchets (importante pour la lutte contre les rongeurs) nécessiteront également un changement de comportement. L'élimination des déchets sera particulièrement importante en ce qui concerne les marchés et les gares de transport où l'élimination inconsidérée des déchets alimentaires est courante et difficile à contrôler.

Une considération importante est de savoir combien de comportements et de messages seront délivrés en une seule fois. Il est prouvé qu'il est préférable de se concentrer sur un plus petit nombre de comportements et de messages cibles à un moment donné pour maximiser l'adhésion. Un trop grand nombre de messages ou de comportements a tendance à semer la confusion dans le public et à réduire l'adhésion. Différentes interventions de changement de comportement seront nécessaires pour les différents groupes de personnes qui font partie de la CVA. Cela se présente comme suit:

1. Personnel des centres de conditionnement et de transformation des aliments et vendeurs sur les marchés et les gares de transport

Ce sont généralement des groupes de personnes relativement petits et bien définis qui sont présents dans le milieu. Par conséquent, dans ce cas, les programmes de changement de comportement devraient se concentrer sur une gamme d'outils participatifs interactifs qui permettent un engagement répété avec des individus ou des petits groupes. Lors de la conception des programmes, il est important d'avoir des résultats clairement établis en termes de comportements souhaités (par exemple, se laver les mains au savon ou porter un masque), de communiquer clairement sur l'importance de ces comportements (pas toujours uniquement en termes de santé) et de comprendre les motivations ou les obstacles.

Il faut pour cela investir dans la recherche formative afin de dresser un tableau de la sensibilisation actuelle, des facteurs et des déclencheurs qui favorisent l'adoption des comportements, et de comprendre les facteurs susceptibles d'entraver l'adoption du comportement et d'entraîner un

changement de comportement durable. Cela ouvre la gamme d'outils qui peuvent être utilisés. Il est également important de comprendre les obstacles structurels au changement de comportement. Par exemple, les gens peuvent ne pas se laver les mains aussi souvent qu'ils le souhaitent en raison d'un approvisionnement insuffisant en eau ou en savon. Outre les mécanismes interpersonnels de changement de comportement, des approches plus passives de diffusion de messages par le biais d'affiches et de communications régulières à la main-d'œuvre peuvent contribuer à renforcer la nécessité de pratiquer les comportements.

L'adhésion aux comportements peut se dégrader avec le temps. Les programmes doivent donc développer des processus d'évaluation régulière de l'adhésion et répéter régulièrement les programmes de changement de comportement. Il peut s'avérer nécessaire de modifier le message initial afin de lutter contre l'inertie ou la résistance au changement de comportement. Il est donc possible de concevoir des interventions qui permettent un engagement et un suivi répétés.

2. Fournisseurs visitant l'un des centres de la CVA

Pour ce groupe, le changement de comportement peut être un peu plus complexe. Dans la mesure du possible, il est conseillé de les inclure dans tout ou une partie des approches interpersonnelles utilisées pour la main-d'œuvre et les commerçants - cependant, dans la réalité, cela peut être difficile. Une approche consistera à élaborer une programmation qui indique clairement les comportements que les fournisseurs doivent adopter pour pouvoir continuer à fournir leurs produits ou services. Cela peut ensuite être soutenu par des sessions courtes et ciblées pour expliquer ces "règles" et la manière dont elles peuvent être suivies.

3. Pour le grand public visitant les marchés et les gares de transport de sable

Il s'agit d'une population nombreuse et diversifiée, dont les membres ne passent que peu de temps dans l'établissement à un moment donné et dont beaucoup sont présents de façon irrégulière. En tant que telles, les approches interpersonnelles ne sont pas envisageables pour ce groupe (bien qu'elles puissent être mises en œuvre dans le cadre d'autres programmes axés sur la communauté). Une approche, similaire à celle des fournisseurs, consiste à établir des règles claires pour les personnes accédant à ces lieux, règles qui devraient être affichées bien en vue. Cependant, l'application de ces règles sera difficile et de nombreux commerçants et leurs associations peuvent être réticents à exclure des personnes en raison d'un manque d'adhésion aux comportements requis, car cela entraînerait un manque à gagner potentiel.

Pour ces publics, il peut être nécessaire de mettre davantage l'accent sur les campagnes de communication de masse. Ces approches déploient de préférence une variété d'approches, y compris des affiches, des messages radio et l'utilisation des réseaux sociaux. Ces approches sont généralement moins efficaces pour obtenir un changement de comportement, mais pas nécessairement de connaissances, que des approches plus interactives et engagées. Néanmoins, étant donné la nature de la population cliente et la façon dont elle s'engage avec la CVA, il se peut que ce soit la seule solution réaliste.

Cependant, les campagnes de communication de masse peuvent avoir certains effets si elles sont bien conçues et si elles sont engageantes. Il est essentiel que les campagnes de communication de masse soient basées sur une recherche formative afin de comprendre ce qui peut motiver les individus à adopter les comportements souhaités et les obstacles qui les empêchent d'adopter ces comportements. Ces recherches devront faire la distinction entre les différentes populations (en fonction de l'âge, du sexe, etc.). Les différents groupes (commerçants, clients, personnel, etc.) peuvent avoir des besoins légèrement différents et, comme pour toutes les initiatives de changement de

comportement, il est important de veiller à ce que ces besoins individuels soient pris en compte. En outre, la programmation devra également tenir compte de la manière dont les messages changeront au fil du temps pour rester engageants, y compris les implications en termes de coûts ou les bénéfices potentiels des interventions.

La programmation sur le changement de comportement devra donc être élaborée en tenant compte des éléments suivants:

1. Les différents publics (et sous-groupes) cibles d'intérêt et la meilleure façon de les atteindre.
2. Clarté sur les comportements à privilégier et les résultats souhaités en matière de changement de comportement.
3. Recherche formative avec différents groupes pour comprendre les motivations et les obstacles au changement.
4. Développement de messages adaptés aux différents publics et comportements, tant pour la communication interpersonnelle entre le personnel/les négociants que pour les médias grand public.
5. Un programme de suivi de l'adhésion aux comportements souhaités, en particulier pour identifier toute baisse dans le temps et utiliser ces données pour rafraîchir et renouveler les messages de changement de comportement

4.3 Réglementation et gouvernance

Les CVA ne sont pas simplement des espaces physiques, mais un ensemble intégré de facteurs économiques, commerciaux, sociaux et liés aux infrastructures qui font que les produits agricoles atteignent les consommateurs. Les actions menées au sein des CVA devront donc s'attaquer à toute une série de problématiques - notamment les incitations commerciales, les coûts, les réglementations et les politiques - ainsi qu'aux infrastructures et à la fourniture et au financement des services.

Les interventions réglementaires reposent sur l'application de règlements ou d'arrêtés municipaux par les autorités locales. Leur efficacité dépend donc en grande partie de l'applicabilité des réglementations, de leur caractère exécutoire, de la volonté du personnel des autorités locales de les faire respecter, et du potentiel de corruption et de recherche de rente. Les réglementations sont généralement établies par des organismes locaux ou nationaux et sont ensuite appliquées par les autorités locales. La plupart des pays disposent d'une forme ou d'une autre de réglementation, qu'il s'agisse de lois ou de règlements locaux, qui régissent l'hygiène environnementale. Les interventions réglementaires peuvent être efficaces lorsqu'elles s'adressent aux propriétaires et aux gestionnaires des lieux de travail, ainsi qu'aux commerçants et aux vendeurs sur les marchés, lorsqu'il existe un droit reconnu de commercer. Les programmes visant à améliorer l'hygiène environnementale devront examiner les réglementations et les règlements actuels pour évaluer leur adéquation et vérifier leur application. Si les programmes développent de nouveaux investissements dans les mesures d'hygiène environnementale, cela peut fournir une base pour engager les autorités locales et nationales à revoir les réglementations et les pratiques d'application.

Réglementations ou directives dépassées ou insuffisamment larges

Les directives ou réglementations existantes peuvent être dépassées ou insuffisamment larges, et nécessitent donc une mise à jour. Lorsque des lieux publics tels que des marchés sont en cours de modernisation, une telle révision peut être une condition du soutien offert, car l'absence de réglementation adéquate peut compromettre l'amélioration durable de l'hygiène dans l'ensemble de la CVA.

Application des règlements ou des directives

L'application peut également être faible, ce qui peut résulter d'un manque de ressources (humaines, financières ou techniques) pour la soutenir, d'un manque de volonté politique ou d'une légitimité limitée de l'application parmi le groupe cible. Lorsque l'application est laxiste ou inexistante, il est important d'impliquer les autorités locales et nationales pour y remédier. Il est tout aussi important de comprendre les raisons de cette absence d'application et les causes sous-jacentes de l'échec et des obstacles à cette application. Les programmes qui investissent dans l'amélioration de l'hygiène dans les CVA peuvent légitimement exiger des mesures de mise en application afin de s'assurer que l'investissement a un impact durable.

Avant d'essayer d'appliquer les réglementations, de larges discussions avec les parties prenantes sont nécessaires pour comprendre les incitations et les obstacles à l'application de la réglementation et les changements qui recueilleraient le plus de soutien.

Soutenir les programmes existants pour renforcer les réglementations et les directives

Outre les règlements et les statuts, les systèmes de gouvernance au sein de la CVA peuvent également être renforcés en soutenant les programmes actuels qui investissent dans une meilleure hygiène. Il peut s'agir de renforcer les associations de commerçants ou d'entreprises existantes et de les aider à élaborer des codes de conduite et de pratique entre leurs membres. En outre, cela peut impliquer:

- soutenir la gouvernance afin d'examiner comment ces associations peuvent renforcer leur légitimité auprès des membres et des membres potentiels
- Fournir une formation et un soutien aux associations pour développer leur capacité à contrôler le respect des codes de conduite.
- Développer des sanctions pour les membres qui n'adhèrent pas au code de conduite.
- Étendre éventuellement le soutien aux associations qui obtiennent une reconnaissance juridique, lorsque celle-ci n'existe pas encore
 - Soutenir les associations pour qu'elles développent des processus permettant d'interdire aux non-membres l'accès à certains domaines (par exemple, interdire aux non-membres de négocier sur les marchés). Cela nécessitera un soutien juridique et de gouvernance ainsi qu'une expertise dans le soutien de la responsabilité et de la transparence dans les processus de gouvernance commerciale et communautaire.

4.4 Mesures incitatives

Outre le changement de comportement, la réglementation et la gouvernance, il existe des incitations commerciales et économiques qui peuvent être efficaces pour promouvoir une meilleure hygiène environnementale. Il s'agira d'aspects tels que les avantages commerciaux potentiels pour les commerçants du marché d'être situés sur une place de marché hygiénique, ou l'amélioration de l'hygiène environnementale comme outil de marketing clé pour les producteurs alimentaires et les entreprises d'emballage. Cependant, il est essentiel de s'assurer que les incitations identifiées sont réelles et que l'amélioration de l'hygiène a réellement un impact sur l'attractivité d'un marché ou encourage l'achat d'un produit particulier. Cela nécessite une analyse de marché appropriée pour comprendre ce que les consommateurs apprécient et s'ils expriment des préférences pour les lieux et les produits en fonction de leur niveau d'hygiène.

5. Résumé du cadre stratégique

LES UNITÉS DE TRANSFORMATION ET DE
CONDITIONNEMENT DES ALIMENTS

LES MARCHÉS ET GARES DE TRANSPORT

DÉFINIR UN ENSEMBLE MINIMAL DE SERVICES

- Identifier les niveaux actuels de l'infrastructure, les mises à niveau ou la fourniture nécessaires et les coûts associés.
- Évaluer les modalités d'accès aux services, complétées par des études techniques.
- Évaluer les coûts d'investissement pour la fourniture d'infrastructures, y compris les frais de connexion aux services publics.
- Travailler avec les associations de marché pour élaborer un plan de gestion financière pour le maintien des services.
- Établir un fournisseur de services au sein du marché

Réviser et réitérer avec les résultats en cours des processus suivants

Cartographier et s'engager avec les principales parties prenantes

- Cartographier le contexte et identifier les acteurs clés, les incitations à la prise de décision et la manière d'influencer le changement
- Identifier et établir qui est propriétaire de quelles parties de cet agenda au niveau local et national
- Discuter de ce qui est faisable en termes de paquet minimum de services

Élaborer des réglementations et des incitations

- Les réglementations ou les incitations peuvent être des exigences réglementaires ou des avantages commerciaux, des risques pour la réputation ou des demandes des employés.
- Examiner de manière critique les preuves globales existantes

Exigences réglementaires

- Efficace lorsqu'il existe un droit de commerce reconnu
- Examiner les réglementations et les règlements actuels pour évaluer leur adéquation et leur mise en œuvre et se concentrer sur leur exécution.
- Organiser des discussions avec les parties prenantes pour les comprendre, ainsi que les incitations, les obstacles et l'efficacité de tout changement.
- Engager les autorités locales et nationales dans la lutte contre la non-application.
- Renforcer les systèmes en soutenant les programmes d'hygiène actuels

Les incitations commerciales et économiques exigent

- Évaluation pour montrer comment l'investissement produira des bénéfices
- Évaluation des perceptions et des valeurs des consommateurs

Encourager les gouvernements locaux et nationaux à diriger la fourniture de services:

1. Développer un cadre national pour les normes minimales dans les lieux publics.

Élaborer des programmes de changement de comportement

Les programmes de changement de comportement nécessitent

- Une recherche formative pour comprendre la sensibilisation actuelle, les moteurs ou les obstacles, les implications financières et les avantages.
- Adaptation au contexte spécifique/au public concerné
- Des résultats clairement établis en termes de comportements souhaités.
- Une définition claire des comportements visés et du nombre de messages délivrés en une seule fois.
- Un programme de suivi de l'adhésion aux comportements souhaités

Centres de transformation/emballage des aliments ; vendeurs de marché

- Les interventions doivent se concentrer sur les individus ou les petits groupes : engagement interactif et outils participatifs.

Clients sur les marchés ou dans les gares de transport

POINTS CLÉS

- Dans les CVA, les services et les infrastructures sont nécessaires dans les centres de transformation et de conditionnement des aliments, les gares de transport et les marchés.
- Le contexte est essentiel : cartographier les risques aux différents stades de chaque CVA afin de déterminer où et comment intervenir de manière appropriée.
- Les interventions sont intrinsèquement liées : il faut adopter une "vision systémique" pour éviter les conséquences involontaires.
- L'intégration de l'hygiène environnementale nécessite un changement d'attitude, de normes et de pratiques au sein des gouvernements locaux et nationaux
 - Nécessité d'une stratégie claire pour influencer les différents secteurs et susciter l'engagement et l'action des différents acteurs
- Les actions doivent tenir compte des incitations commerciales, des coûts, des réglementations et des politiques, des infrastructures et de la fourniture et du financement des services

Définir un ensemble minimal de services

- Un ensemble minimal de services défini doit guider les plans et les investissements.
- Un ensemble de services prend en compte et/ou est en place :
 - Les incitations actuelles qui soutiennent une prestation de services cohérente

Figure 3. Résumé des processus clés du cadre stratégique pour le développement d'un ensemble minimal de services pour l'intégration de l'hygiène environnementale

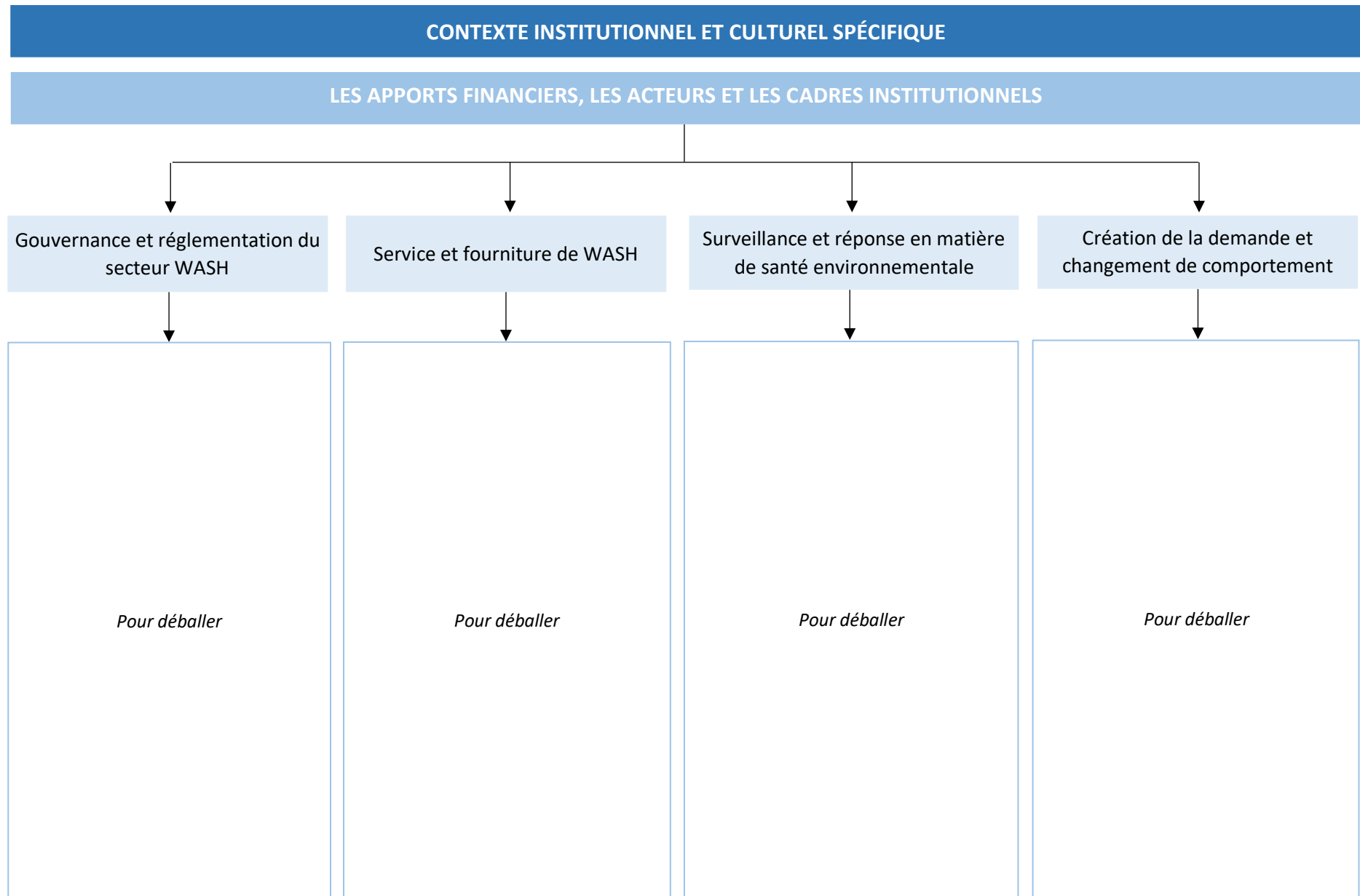


Figure 4. Modules de travail spécifiques faisant partie d'un ensemble minimal de services pour l'intégration de l'hygiène environnementale