



## Session 5 : Communication et sensibilisation en matière de gestion des déchets

### Échange de pratiques

#### Présentation générale

Au cours de cette activité, le jeune professionnel est invité à partager son expérience personnelle en petit groupe, sur une question précise et trouver auprès de ses pairs les moyens de dépasser ses difficultés.

Cette méthode d'échange de pratique est un « accélérateur de montée en compétence » qui s'appuie sur les échanges entre pairs, l'intelligence collective, les exemples donnés par les autres.

#### Problématique de l'échange de pratique

Thématique : Communication et sensibilisation en matière de gestion des déchets

La communication est cruciale lorsqu'il s'agit d'impliquer tous les acteurs dans la mise en œuvre d'un système durable de gestion des déchets (population, élus, partenaires, opérateurs privés, etc.). Sensibiliser, informer, faire du plaidoyer, éduquer : quels sont les outils, les méthodes, les messages clés ?

Pour y répondre 5 groupes thématiques ont été proposés. Ce thème central a été décliné en fonction du type d'acteur impliqué :

**Thème 1 : Les populations - sensibilisation** : Comment introduire de réels changements de comportement vis-à-vis des déchets ?

**Thème 2 : Les ménages/producteurs de déchets - financement du service** : Comment convaincre un ménage/producteurs de déchets de payer un service de pré-collecte et au delà de participer plus globalement au financement de la filière déchet (via des taxes, une redevance, etc.) ?

**Thème 3 : Les élus – rôle de la commune** : Quels sont les arguments pour amener les élus à prendre des décisions politiques fortes en faveur de la gestion des déchets de la ville ?

**Thème 4 : Les professionnels de la gestion des déchets - échanges d'expériences** : Comment échanger les informations et les expériences entre les professionnels de la gestion des déchets (réseau, atelier, voyage d'étude, etc.)? (en lien avec la réalisation d'un répertoire).

**Thème 5 : Les partenaires techniques et financiers - financement des investissements** : Quelles sont les sources de financement possibles pour prendre en charge les coûts d'investissement de la filière déchets et comment convaincre nos partenaires d'investir dans ce domaine (1% sur les déchets, une année des déchets solides, etc.) ?

Documents annexes : Fiche d'animation de l'échange de pratique.

#### 1) Thème 1 : Les populations – sensibilisation

Membres du groupe :  
Cléo LOSSOUARN, RAIL-Niger, Niger - Animatrice



projection

Wendkuni Florentin COMPAORE, LNSP, Burkina Faso  
Poyetcheba Benoît DOVE, Mairie de Kara, Togo  
Michel KOUDARE, Mairie de Pô, Burkina Faso  
Halidou SEDOGO, CEAS, Burkina Faso  
Adama TIEMPTORE, Welthungerhilfe/PASAF, Burkina Faso  
Mohamadou TIRERA, GRET, Mauritanie

### a) Les outils d'animation et de sensibilisation

Les échanges des participants permettent d'affirmer que l'efficacité d'une stratégie de sensibilisation dépend d'abord de l'utilisation d'outils et de messages complémentaires.

Les outils retenus sont :

#### (i) Sensibilisation individuelle des ménages

- La sensibilisation porte-à-porte peut se faire régulièrement par des personnes relais dans les quartiers et/ou ponctuellement par des animateurs formés à cet effet.
- L'animation individuelle au porte-à-porte permet d'aborder des sujets plus difficiles à traiter en groupe.
- Elle permet un travail de collecte de données sur la perception des ordures ménagères et encourage les ménages à s'exprimer librement sur le sujet.
- Une séance de sensibilisation individualisée est l'occasion de choisir les arguments les plus adaptés/appropriés à l'auditeur.

#### (ii) Animation de groupe

- Projection de films dans les quartiers
  - Les films réalisés sur place attirent la population qui manifeste une satisfaction particulière au moment de la diffusion. Ils servent également de référentiel pour évaluer le chemin parcouru à partir de cette situation de départ.
  - Les associations de quartier réalisent les films qui sont ensuite représentés dans les mêmes quartiers.
  - Les films d'ailleurs montrent les expériences et la salubrité vers laquelle peut tendre la ville.
- Théâtre forum, sketch de rue
  - Les représentations de théâtre dans l'espace public assurent le relais des messages au plus près de la population ciblée. Ils doivent être en langue locale.
  - Dans certains pays, il est difficile de faire assister les femmes qui sont pourtant un des publics prioritaires.
- Média radiophonique
  - Diffusion fréquente de messages de sensibilisation sous la forme de spot publicitaire.
  - Organisation de débats avec tous les acteurs locaux impliqués dans la mise en œuvre de la gestion des ordures ménagères.
  - Communication sur les événements organisés dans le cadre de la salubrité communale (lancement de projet, séances de salubrité, etc.).
- Séances de débats dans les quartiers



## projection

- En Mauritanie, les « thés débats » sont l'occasion de rassembler les habitants d'un quartier et de les faire échanger sur les enjeux des déchets. L'utilisation d'un questionnaire est un moyen de guider le débat et de comprendre la perception de la population sur les ordures.
- Panneaux d'affichage dans les espaces publics
  - Les panneaux ont l'avantage d'être présents de façon permanente. Ils sont un rappel des messages diffusés par d'autres moyens
  - Afin d'être explicites, ils peuvent utiliser les dessins.
- Dépliants/tracts
- Reconnaissance des initiatives de salubrité
- Promenades environnementales en milieu rural
  - Cette pratique oblige la population locale à constater de visu et reconnaître l'impact des déchets sur l'environnement.

### **b) Les messages**

Les thématiques les plus couramment utilisées sont :

- (i) Préoccupations sanitaires
  - Informer sur les risques du cycle oro-fécal dans la transmission des maladies diarrhéiques infectieuses : expliquer les responsables de la transmission (liquide, les sols, les mains, les aliments et les mouches)
  - Montrer l'impact d'un système de gestion des ordures ménagères sur la santé publique et la réduction de la mortalité infantile.
- (ii) Environnement
  - L'élimination des déchets est nécessaire pour obtenir un cadre de vie communautaire propre et sain.
  - La présence de déchets contamine les eaux et les sols.

Cependant, d'autres arguments sont progressivement introduits dans les messages de sensibilisation et trouvent parfois une oreille plus attentive :

- (iii) Economiques
  - Réduction des dépenses de santé avec un environnement propre.
  - Les journées de travail perdues causées par les maladies de l'employé ou par celles de ses proches.
- (iv) Socioculturels

Les mythes traditionnels hérités des croyances locales peuvent être des bons supports pour encourager les gens à se débarrasser des déchets.
- (v) Croyances religieuses

La religion musulmane est particulièrement un bon relais et appui de messages de sensibilisation relatifs à la salubrité dans les rues.

### **c) Les publics cibles**



projection

- (i) Les leaders communautaires  
Ce sont les personnes qui assurent une continuité et poursuivent la sensibilisation sur le long terme.
- (ii) Les guides religieux  
Ils sont un relais essentiel des messages de sensibilisation, favorables à un changement immédiat des comportements.
- (iii) Les ménages et principalement les femmes et les jeunes  
Ce sont les personnes en charge au quotidien l'évacuation des déchets ménagers qui doivent en priorité modifier leurs pratiques. Les femmes et les jeunes ont généralement cette tâche à exécuter.

#### **d) Les indicateurs de réussite**

- (i) Prise de conscience et adhésion populaire
  - Participation active dans les réunions ;
  - Recouvrement de la redevance ;
  - Participation dans la mise en œuvre des activités relatives à la gestion des ordures ménagères ;
  - Expression de besoins auprès des acteurs de la gestion des ordures ménagères ;
  - Recherche d'informations ;
  - Manifestation d'intérêts.
- (ii) Visibilité de la salubrité/ de la propreté de la ville
- (iii) Changement de comportements

#### **e) Facteurs clés de réussite**

- Diagnostic préalable pour une bonne connaissance du milieu de l'action ;
- Capitalisation des expériences précédentes ;
- Complémentarité entre sensibilisation individuelle et en groupe ;
- Fréquence, continuité, permanence de la sensibilisation sur le long terme afin de pérenniser et d'aboutir progressivement à un changement de comportement ;
- Médiatisation de l'action ;
- Utilisation de l'image : les photos et les films sont des supports qui explicitent le message par des démonstrations concrètes des bonnes pratiques.



## 2) Thème 2 : Les ménages/producteurs de déchets - financement du service

Membres du groupe :  
Ousmane AMADOU - Animateur  
Abdoulaye GANGO  
Ali HASSANE  
Myriam LAUNAY  
Gaëtan MANDE  
Aman MESSOU  
Marou SAWADOGO

Après un petit temps de réflexion individuelle, les membres du sous groupe se sont attelés à définir les mots clés suivants : « convaincre + ménages + participation + financement + filière globale » afin, de faciliter une compréhension partagée du sujet et poser ainsi les bases pour un travail collaboratif. Ainsi, derrière le mot « convaincre », il y a l'idée de communication, dans son aspect multidimensionnel et transversal (communication, concertation et sensibilisation). Pour convaincre, il faut se baser sur des argumentaires clairs, concrets et persuasifs.

Pour mieux traiter ce sujet, les membres du sous groupe ont essayé de classer les mots clés en deux catégories : mots clés arguments et mots clés supports ou moyens, considérés comme les leviers sur lesquels il faut s'appuyer pour mobiliser les ménages.

### a) Les mots clés arguments

#### (i) Le service public et la citoyenneté

La responsabilisation des autorités (Etat, Commune) est un préalable à la responsabilisation citoyenne. Les autorités doivent assurer un service efficace et transparent à travers une communication claire et concrète.

- Définir des normes et se doter de cadres législatifs/réglementaires, de plan d'action que tout le monde connaît et qui objective les relations et les échanges.
- Mettre en place un dispositif de financement permettant de fixer les besoins pour la pré-collecte, pour la collecte secondaire et pour la gestion de site de dépotage.
- Communiquer sur les résultats de l'affectation et de l'utilisation des redevances de manière régulière auprès des usagers du service.
- Responsabiliser les producteurs de déchets (ménages et autres) en suivant le principe de « pollueur payeurs ».

#### (ii) Dimension sanitaire et économique :

- Relativiser le coût du service : afficher le montant à payer pour le service et le comparer au coût des dépenses de santé des populations.
- Montrer les coûts de la non-intervention : perte du cheptel pour occlusion intestinale, dépenses de santé, assèchement des sols, etc.
- Mettre en avant la plus-value d'une bonne gestion des déchets : valeur des déchets triés et récupérés (métaux et autres), création d'emplois, etc.



Remarques :

Il convient d'appréhender ces solutions différemment selon que la décentralisation est effective ou pas.

L'argument environnemental n'est pas mobilisateur pour le moment en Afrique de l'Ouest.

#### **b) Les mots clés supports ou moyens**

Les pistes de solutions suivantes ont été proposées. Il s'agit de s'appuyer sur :

- Les autorités traditionnelles et/ou leaders d'opinion ;
- Les trois niveaux de sensibilisation (micro, intermédiaire et macro) ;
- Le théâtre forum ;
- Les études diagnostic sur la capacité et volonté de payer des ménages, sur les maladies liées à la pollution etc. L'étude doit aboutir à un constat mobilisateur.



### 3) Thème 3 : Les élus – rôle de la commune

Membres du groupe :  
André NGUESSAN - Animateur  
Henri KOUBIZARA  
Alicia TSITSIKALIS  
Abakar BICHARA  
Casimir LOMPO  
Michel KOUDARE

Pour mieux aborder le thème, le groupe de travail a défini les termes « les élus » (au sens large) :

- Maire (l'exécutif) ;
- La municipalité (Maire + les adjoints au Maire) ;
- Le Conseil municipal (ensemble des conseillers).

Des échanges sur le thème, la synthèse a été organisée en 3 parties :

#### a) Limites de la prise de décisions politiques

- Manque de sensibilité sur la question des ordures ménagères et méconnaissance des avantages et des inconvénients : les élus pensent que la GOM est un secteur non rentable, budgétivore (investissement, fonctionnement) et n'a pas de retombées politiques
- Négligence du secteur dans les orientations nationales des partis politiques ;
- Méconnaissance de la législation en la matière ;
- Manque de demande sociale sur la question (société civile passive) ;
- Méconnaissance des attentes de la population : les élus croient que la population est sensible aux "superstructures" (ouvrages visibles) alors que la population réclame souvent un environnement salubre.

#### b) Arguments

- La Gestion des Ordures Ménagères (GOM) améliore le cadre de vie ;
- La GOM contribue au maintien de la santé publique ;
- Sensibilité de la population (électeurs) à la propreté.

#### c) Stratégies

##### i) Sensibilisation

- Elaboration de supports de sensibilisation des élus
  - Evaluation du coût environnemental et sanitaire de la mauvaise GOM ;
  - Inventaire des textes réglementaires en matière de GOM ;
  - Faire un état des lieux sommaire de la GOM.
- Cadre de la sensibilisation
  - Réunion de la municipalité ;
  - Réunion du Conseil municipal (inscrire à l'ordre du jour par un plaidoyer auprès du Maire ou de la Municipalité).



ii) Organisation de la société civile

- Organiser les comités d'hygiène dans les quartiers ;
- Mettre en place un cadre de concertation sur la question entre les élus et la population ;

iii) Communication

- Inciter les élus à faire de la GOM leur priorité par les actions des médias : les médias peuvent en effet être un bon outil de critique, de pression, de reconnaissance des acteurs impliqués dans la gestion (en mettant en exergue les méfaits de la mauvaise GOM et en soulignant les bonnes pratiques) ;
- Renforcer la communication sur les activités de la GOM (panneaux, théâtre, concours, compétition,...) ;

iv) Réglementation

Inscrire la GOM dans la circulaire budgétaire (obligeant les communes à l'inscrire dans leur budget).





#### **4) Thème 4 : Les professionnels de la gestion des déchets - échanges d'expériences**

Membres du groupe :

Jean-François Houmard, CEAS - Animateur

Victor Amaou, Mairie de Kara

Charles Lamou Ki Zerbo, CHR de Koudougou

Romain Broseus, Oxfam Québec

Béatrice Tourlonnias, réseau Projection

Sanbire Lantame, Ministère chargé de la planification, du développement et de l'aménagement du territoire de la République Togolaise

Sayouba Guiro, ABMZ

Après un tour de table des expériences, le groupe a cherché à définir les clés de réussites ou les freins rencontrés lorsque l'on échange. Puis les membres du groupe ont réfléchi aux avantages que les échanges d'expérience peuvent procurer.

##### **a) Quelques exemples d'échanges des membres du groupe :**

- Echanges entre la commune de Kara (Togo) et l'Office National de l'Eau et de l'Assainissement (Burkina Faso) : d'abord visite du système de lagunage de Ouagadougou, puis échange d'expertise, et enfin appui à la mise en œuvre au Togo. Cet échange a été facilité par des facilitateurs internes à l'ONEA que connaissait les acteurs de Kara, ainsi que par l'appui d'un partenaire extérieur commun.
- Réseau (forum internet) d'utilisateurs d'un logiciel informatique : les membres du réseau peuvent poser leurs problèmes aux autres membres et très rapidement, ils reçoivent une solution. L'accès au réseau n'est plus valable si l'on reste passif trop longtemps. C'est ce qui incite les membres à participer. Il y a également la possibilité de trouver des stages ou des emplois par le biais de ce réseau.
- Visite de la pédiatrie Charles de Gaulle (Ouagadougou) par les responsables de la gestion des déchets de l'hôpital de Koudougou, pour connaître leur technique de gestion des déchets hospitaliers. Cette visite a été facilitée par les relations personnelles. Elle a été suivie d'une mise en pratique de ce qui a été vu et ainsi une amélioration du travail à Koudougou.
- Réseau des ingénieurs du Canada : échanges centrés sur la technique et le partage de connaissance, l'accès à l'information.

##### **b) Quelques outils d'échange**

- Les visites de terrain
- Les contacts avec des techniciens
- Les ateliers
- Les courriels
- Les réunions
- Skype / internet

##### **c) Les clés de réussite d'un échange d'expérience :**

Les échanges sont facilités si :

- Les acteurs présents lors de l'échange sont ouverts, prêts à échanger.
- Il échangent sur des projets et des contextes similaires : cela permet une meilleure compréhension, une exploitation et une mise en pratique faciles après l'échange, au retour.



## projection

- Ils sont préparés (surtout celui qui cherche l'échange) : quelles informations recherchent-ils ? auprès de quels acteurs ? etc.
- Ils font jouer les relations interpersonnelles : cela permet de faciliter la première prise de contact (d'où l'intérêt des réseaux).
- Ils s'appuient sur des facilitateurs extérieurs.
- Ils définissent les règles de l'échange : pour que chacun sache ce que l'autre attend.
- Ils échangent dans une logique donnant – donnant : quand chacun a un intérêt à l'échange, c'est plus facile...dans le cas de réseau d'échange, il existe des «facteurs d'encouragement » comme l'accès à des stages, à des infos, à de la reconnaissance « en contrepartie » de l'échange.
- Ils sortent du contexte local.
- Ils renouvellent et font évoluer les échanges vers des actions communes concrètes.

### d) Les freins aux échanges

- Le vocabulaire : les personnes qui échangent ne mettent pas toujours la même chose derrière un mot, un concept, ce qui entraîne des incompréhensions ;
- Le niveau d'attente des « échangeurs » : les attentes ne sont pas souvent les mêmes et l'échange peut amener une certaine frustration ;
- Le prix de l'information : celui qui dispose de l'info n'est pas forcément prêt à jouer la transparence ;
- La suite à donner aux échanges : on se connaît, et après ?
- Le manque de temps : entretenir des échanges, organiser une visite, participer à un atelier prend beaucoup de temps ;
- Le manque de moyens financiers.

### e) Les fruits des échanges

Les échanges permettent de :

- Connaître de nouvelles méthodes et techniques, et d'améliorer ainsi ses propres pratiques ;
- S'appuyer sur des personnes qui sont plus avancées pour accéder à ces méthodes plus facilement, et éviter de passer par les mêmes problèmes ou bénéficier de leur aide pour les résoudre ;
- Avoir accès à du matériel (par exemple, avant un investissement, il est bon de pouvoir voir le matériel que l'on veut acquérir et échanger avec son utilisateur) ;
- Sortir de la théorie et voir la pratique ;
- Découvrir et accéder à de nouveaux interlocuteurs (collectivités locales, bailleurs, ...)
- Sortir du quotidien, trouver une nouvelle motivation, faciliter les échanges internes (entre collègues d'un même service participant à une visite d'échange par exemple).

En résumer les échanges :

- améliorent les actions
- multiplient les partenariats



## 5) Thème 5 : Les partenaires techniques et financiers (PTF) - financement des investissements

Membres du groupe :

Sarah Mackenzie, Eau Vive, Burkina Faso - Animatrice  
Sékou ZERBO, EPCD Ouahigouya, Burkina Faso  
Michèle Mokara, EPCD Koudougou, Burkina Faso  
Casimir Lompo, EPCD Fada, Burkina Faso  
Félix Adegnika, PDM, Bénin  
Virginie Mahan, UNICEF, Côte d'Ivoire

### a) Identification des PTF dans le domaine des déchets.

Cette liste est établie selon l'expérience des participants (centrée au Burkina Faso), donc pourraient éventuellement être complétée par les autres participants de l'atelier et partagée avec tous.

- Mécanismes locaux et nationaux :
  - le FADEC (Fond d'appui au développement communal)
  - le FICOD (Fonds d'investissement aux collectivités décentralisées)
- Coopération décentralisée : selon les villes jumelles et partenaires.
- ONG : par exemple au Burkina, OCADES Italie.
- Institutions de la coopération bilatérale :
  - KfW (banque de développement allemande)
  - IJIP (GTZ – coopération allemande)
  - DDC (Coopération suisse)
  - JICA (Coopération japonaise)
  - Luxembourg
- Institutions multilatérales :
  - UNICEF
  - Union européenne

### **Cas spécifique de l'UNICEF :**

L'UNICEF est appuyé par deux types d'acteurs :

- Institutions multilatérales
  - Banque mondiale
  - Banque Africaine de Développement
  - Union européenne
  - PNUD
  
- Ambassadeurs de bonne volonté

Ce sont des personnalités célèbres qui mettent leur renommée et leur charisme au service des idéaux de l'UNICEF. Par leur position, elles peuvent s'adresser directement à ceux qui sont en mesure de faire bouger les choses. Elles peuvent user de leur talent et de leur notoriété pour rassembler des fonds et appuyer la mission de l'UNICEF.

Il faut bien voir qu'entre une collectivité locale de 20 000 habitants et l'UNICEF, il y a un grand écart en capacité de capturer des fonds. Par contre, des partenariats entre collectivités ou avec des structures comme l'UNICEF peuvent être envisagés pour créer ainsi un effet levier permettant d'accéder à d'autres institutions.



De plus, la plupart de ces fonds ne sont pas spécifiquement dédiés aux déchets mais plus largement au développement communal. Le défi est alors de convaincre le Maire d'accorder une grande priorité à la gestion des déchets pour que ces fonds soient utilisés dans ce secteur. (Voir pour cela les discussions du groupe 3).

## **b) Comment faire pour rentrer en contact et communiquer avec les PTF ?**

### **3 recommandations :**

#### **(i) Les connaître :**

Besoin de veille informationnelle – être bien informé des sources potentielles de financements dans le secteur ; des procédures de demande de financements ; des appels d'offres.

Exemple de sources d'informations :

- [www.pseau.org](http://www.pseau.org)
- [www.coordinationsud.org](http://www.coordinationsud.org)

#### **(ii) Parler leur langage :**

Besoin de renforcement des capacités sur le montage de dossiers – connaître les méthodes de montage de projets utilisées (analyses SWOT ; cadre logiques etc.)

Des formations et informations sur cet aspect peuvent être fournies par les organisations suivantes :

- Partenariat pour le Développement Municipal (PDM) - [www.pdm-net.org/](http://www.pdm-net.org/)
- Centre International de Formation pour les Autorités/Acteurs Locaux (CIFAL) - [www.cifal-ouaga.org/](http://www.cifal-ouaga.org/)
- Programme Solidarité eau (pS-Eau) - [www.pseau.org](http://www.pseau.org)
- Centre International d'Etudes pour le Développement Local (CIEDEL) - [www.ciedel.org/](http://www.ciedel.org/)

#### **(iii) Communiquer pour inspirer confiance :**

Certains éléments ont été soulignés comme étant importants dans la communication avec les PTF pour développer les partenariats de confiance :

- Avoir des données solides : pouvoir présenter la situation et les problématiques de manière claire et précise ;
- Avoir une stratégie clairement définie ;
- Communiquer sur le progrès de la commune et capitaliser sur les expériences pour démontrer la capacité de la commune à mener ses actions et être un partenaire fiable ;
- Développer et communiquer sur les autres sources de financements déjà acquis (fonds locaux ; mécanismes d'auto financement). Démontrer que les financements demandés viendront en complément des efforts déjà entrepris localement (enjeux de durabilité et autonomie à long terme).

Ces partenaires sont malheureusement volatiles, et peuvent changer de priorités d'une année à l'autre. D'où l'importance de rester informés sur les partenaires existants.

Aussi, des actions de plaidoyer auprès des PTF pourraient être menées pour qu'ils comprennent l'importance du problème et pour les inciter à inclure la gestion des déchets dans leurs stratégies.