

# AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR : un moyen d'inciter les populations à faibles revenus à adopter de meilleures pratiques d'assainissement

**Bérangère Magarinos-Ruchat**  
Responsable développement  
durable, Firmenich

**Maureen Ravily**  
Manager, Archipel&Co



Des toilettes communautaires à Pune, en Inde -  
©Archipel&Co/ Maja Bialon

Convaincue que seuls les partenariats public-privé peuvent contribuer à l'émergence du développement durable, **Bérangère Magarinos-Ruchat** a commencé sa carrière aux Nations Unies avant de rejoindre la Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN). Elle est désormais Responsable du développement durable chez Firmenich, où elle conçoit des partenariats stratégiques – internes et externes – au sein desquels les fragrances et les arômes apportent une contribution positive et innovante au développement durable à l'échelle mondiale.

**Maureen Ravily** est Manager chez Archipel&Co, une société de conseil spécialisée en innovation sociale. Depuis un dizaine d'années, elle accompagne des organisations privées, publiques et à but non lucratif dans la conception, la mise en œuvre et l'évaluation de stratégies de business inclusif. Très impliquée dans la compréhension des comportements, des habitudes et des préférences des consommateurs à faibles revenus, elle est en charge du développement du volet « Insights » d'Archipel&Co.

Depuis plusieurs décennies, l'accès à l'assainissement est généralement abordé sous l'angle des infrastructures : la plupart des initiatives ont en effet privilégié la construction d'installations et le développement technologique. Si ces innovations sont essentielles, elles ont tendance à occulter un élément crucial : l'expérience utilisateur. Le présent article se penche sur cette question, plus précisément sur le cas des mauvaises odeurs. Il présente les principales conclusions d'un projet de recherche mené par Firmenich, la Fondation Bill & Melinda Gates et Archipel&Co, qui explore le rôle des mauvaises odeurs dans les décisions relatives à l'assainissement dans dix quartiers urbains à faibles revenus au Kenya, en Afrique du Sud, en Chine et en Inde.

## INTRODUCTION

L'amélioration des capacités d'assainissement dans les pays en développement est une priorité essentielle. En effet, 40 % de la population mondiale, soit 2,5 milliards de personnes, n'ont pas accès à des infrastructures adéquates, ce qui a des conséquences dramatiques en termes de santé publique et de protection environnementale. Pour améliorer cette situation, la communauté internationale s'est fixé un objectif ambitieux : l'Objectif de développement durable n° 6.2 (« *D'ici à 2030, assurer l'accès de tous, dans des conditions équitables, à des services d'assainissement et d'hygiène adéquats et mettre fin à la défécation en plein air* »).

Jusqu'à présent, la plupart des projets se focalisaient sur l'amélioration de l'accès aux infrastructures sanitaires (le matériel, ou « *hardware* » en anglais). Le secteur de l'assainissement a consacré des sommes considérables à la construction de toilettes (individuelles ou collectives) et à la recherche de solutions technologiques innovantes, en vue d'améliorer l'accès aux équipements (toilettes par conteneurs, toilettes intelligentes, etc.). Ces innovations, bien qu'indispensables, ont tendance à passer à côté d'une question essentielle : la complexité des comportements humains. En effet, divers facteurs sociologiques, économiques et culturels conditionnent les décisions quotidiennes en matière d'assainissement et doivent être pris en compte pour garantir une utilisation efficace des infrastructures existantes. On pense notamment à

la question de l'expérience de l'utilisateur à l'intérieur des installations sanitaires : si elle est mauvaise, les équipements ne sont pas utilisés et la population perpétue des pratiques à risque telles que la défécation en plein air. D'où l'importance de se pencher sur la partie « logicielle » du problème (le « software » en anglais), c'est-à-dire l'interface entre le matériel et l'utilisateur final. Pour résoudre le problème de l'assainissement, il faut replacer la dimension humaine au cœur du débat.

C'est l'une des ambitions du partenariat signé entre Firmenich, numéro un mondial du parfum et des arômes, et la Fondation Bill & Melinda Gates.

## LE PARTENARIAT FIRMENICH – FONDATION BILL & MELINDA GATES : UN PARTENARIAT UNIQUE POUR AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR DANS LES TOILETTES EN LUTTANT CONTRE LES MAUVAISES ODEURS

Persuadée que les mauvaises odeurs sont l'un des principaux facteurs de la mauvaise expérience des utilisateurs dans les toilettes communautaires, pouvant parfois même les dissuader de les utiliser, la Fondation Bill & Melinda Gates s'est associée à

Firmenich pour approfondir la question. En 2017, à la suite d'un partenariat de recherche de quatre ans soutenu par la Fondation, Firmenich a développé une série de technologies de contrôle des mauvaises odeurs avec l'ambition de « réinventer l'expérience des toilettes ». En 2018, ces technologies ont commencé à être intégrées à des produits de nettoyage abordables et durables ciblant les consommateurs à faibles revenus en Afrique du Sud et au Bangladesh. En développant ces innovations concrètes, l'objectif de Firmenich et de la Fondation Gates est clair : proposer une meilleure expérience des installations sanitaires existantes dans l'espoir que les utilisateurs préfèrent les utiliser plutôt que de déféquer en plein air. En encourageant la population à adopter des comportements plus sûrs et à « gravir l'échelle de l'assainissement » (de la défécation en plein air à l'utilisation des toilettes), Firmenich et la Fondation Gates espèrent contribuer à l'ODD n° 6.2.

La nouvelle économie des toilettes ne peut fonctionner que si elle est soutenue par des comportements et des systèmes positifs : aussi efficaces et innovantes que soient les toilettes, elles ne servent à rien si de mauvaises odeurs repoussent les utilisateurs et les dissuadent de les utiliser. Forts de cette conviction, Firmenich et la Fondation Gates ont décidé d'aller plus loin en lançant une étude dont l'objectif est d'explorer le rôle et les conséquences des odeurs dans les décisions liées à l'assainissement dans les quartiers urbains à faibles revenus des pays émergents.

### Les dix lieux de l'étude (dans chacun, entre 1 et 5 quartiers à faibles revenus ont été sélectionnés)



Schéma 1

## COMMUNITY VOICES : UNE APPROCHE INNOVANTE ET INCLUSIVE POUR FAIRE DES ÉTUDES



Des intervenants de Community Voices discutent avec un participant à Kibera (Nairobi), au Kenya - ©Archipel&Co/ Maja Bialon

Cette étude a été menée en utilisant *Community Voices*®, une approche collaborative et inclusive de *market research*, développée conjointement par Firmenich, la Fondation Naandi et Archipel&Co. Cette méthode innovante permet de recueillir des informations approfondies de qualité, tout en contribuant au développement économique local. *Community Voices* consiste à (1) identifier, former et responsabiliser de jeunes adultes issus de communautés défavorisées pour qu'ils puissent concevoir des questionnaires et interroger leurs pairs afin de limiter les biais déclaratifs et de renforcer l'authenticité des idées ; et à (2) partager les résultats avec ces communautés à la fin de l'étude, afin de les responsabiliser, de leur permettre d'exprimer leurs préoccupations et de les impliquer dans la recherche de solutions.

Cette approche a trois principaux résultats positifs :

- Pour les entreprises et les organisations de développement : une méthodologie unique qui fournit des données précises et fiables, permettant de mieux comprendre les consommateurs à faibles revenus et d'optimiser le développement des produits et services.
- Pour les jeunes : une approche innovante qui leur ouvre des opportunités économiques, tout en renforçant leurs capacités.
- Pour les communautés : un modèle inclusif qui s'intéresse réellement à leurs besoins et à leurs aspirations, et qui les encourage à s'impliquer activement dans l'amélioration de leur quotidien.

Au cours de cette étude, 5 600 personnes ont été interrogées par 250 enquêteurs recrutés au sein des communautés locales.

L'étude a été menée par Archipel&Co dans dix localités à faibles revenus de quatre pays (Kenya, Afrique du Sud, Inde et Chine), avec un double objectif :

- Comprendre les différents facteurs qui déterminent les comportements des communautés urbaines à faibles revenus en matière d'assainissement et le rôle spécifique joué par les mauvaises odeurs dans cet éventail de facteurs : dans quelle mesure les mauvaises odeurs peuvent-elles décourager les individus d'utiliser les installations sanitaires existantes et préférer des options plus risquées ?
- Tester la technologie de lutte contre les mauvaises odeurs développée par Firmenich et la Fondation Gates : dans quelle mesure peut-elle encourager les individus à adopter des pratiques d'assainissement plus sûres ?

Les localités ont été sélectionnées sur la base de deux critères : (1) zones à faibles revenus (niveau élevé d'informalité, problèmes socio-économiques, manque d'accès aux services essentiels) et (2) présence de pratiques sanitaires à risque (telles que la défécation en plein air). Les résultats présentés dans cet article représentent uniquement la réalité des zones étudiées.

L'étude a été menée selon une approche innovante et inclusive d'étude de marché appelée *Community Voices* (voir encadré).

Les résultats de cette étude, présentés dans cet article, entendent aider les secteurs public, social et privé à mieux comprendre la question de l'assainissement dans le monde, pour que ceux-ci puissent apporter des solutions plus éclairées.

## LES MAUVAISES ODEURS : UN FACTEUR MAJEUR DE DÉGRADATION DE L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR, QUI PEUT INFLUENCER LES COMPORTEMENTS RELATIFS À L'ASSAINISSEMENT DANS LES COMMUNAUTÉS À FAIBLES REVENUS

### ENSEIGNEMENT N° 1. LES MAUVAISES ODEURS ET LE MANQUE DE PROPRIÉTÉ CONTRIBUENT À UNE EXPÉRIENCE UTILISATEUR TRÈS NÉGATIVE DANS LES TOILETTES COMMUNAUTAIRES ET PEUVENT DÉCOURAGER LEUR UTILISATION

#### L'ASSAINISSEMENT : UNE PRÉOCCUPATION MAJEURE POUR LES HABITANTS DES BIDONVILLES

Dans les quartiers urbains à faibles revenus, l'assainissement est une préoccupation majeure. En raison du manque d'espace et d'infrastructures, la majorité des logements ne sont pas équipés de toilettes individuelles. La plupart des gens utilisent encore des toilettes communautaires (gérées par les municipalités, des ONG ou des entreprises privées) situées dans le quartier et accessibles à tous les ménages qui y vivent.

L'assainissement est spontanément soulevé par plus d'un tiers des personnes interrogées comme « l'un des principaux problèmes » du quartier, qui doit être traité en priorité<sup>1</sup>. Cette question arrive en tête de liste en Afrique du Sud et en Chine, et en deuxième position en Inde. Les plaintes portent sur le

<sup>1</sup> Autres problèmes mentionnés par les participants : la sécurité insuffisante, le manque de place, d'hygiène, d'accès à l'eau et d'emploi.





Toilettes communautaires à Mathare (Nairobi), au Kenya - ©Archipel&Co/ Maja Bialon

type de toilettes, leur nombre insuffisant et les désagréments encourus par les utilisateurs dans les installations existantes. Les femmes sont particulièrement exposées. Au Kenya ou en Afrique du Sud, par exemple, en raison du manque d'éclairage public, la sécurité des femmes est un vrai souci, avec des risques de viol ou d'agression. Pour y remédier, différentes stratégies sont adoptées : déféquer en plein air en groupe ou utiliser des solutions rudimentaires à la maison, comme un seau que l'on vide chaque matin à l'extérieur. Les femmes déplorent également le manque de poubelles et la réticence des personnes en charge de l'entretien des toilettes communautaires à s'occuper des articles d'hygiène féminine.

#### UNE MAUVAISE EXPÉRIENCE UTILISATEUR DANS LES TOILETTES COMMUNAUTAIRES, PRINCIPALEMENT DUE AUX MAUVAISES ODEURS ET AU MANQUE DE PROPRETÉ

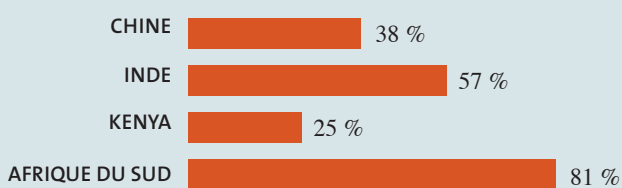
De manière générale, l'expérience des utilisateurs dans les toilettes communautaires est très mauvaise : jusqu'à 70 ou 80 % d'avis négatifs ont été observés dans certains cas, par exemple en Afrique du Sud.

Ces résultats s'expliquent principalement par l'état des toilettes publiques, notamment les mauvaises odeurs et le manque de propreté. Les utilisateurs se plaignent de la saleté des toilettes, des tuyaux bouchés et des fosses septiques trop pleines. Dans toutes les régions géographiques, des facteurs similaires contribuent à ces mauvaises conditions : sur-utilisation, incivilités, manque d'eau, motivation et moyens insuffisants des personnes en charge de l'entretien.



Toilettes communautaires en mauvais état d'entretien dans le township d'Alexandra (Johannesburg), en Afrique du Sud - ©Archipel&Co/ Maja Bialon

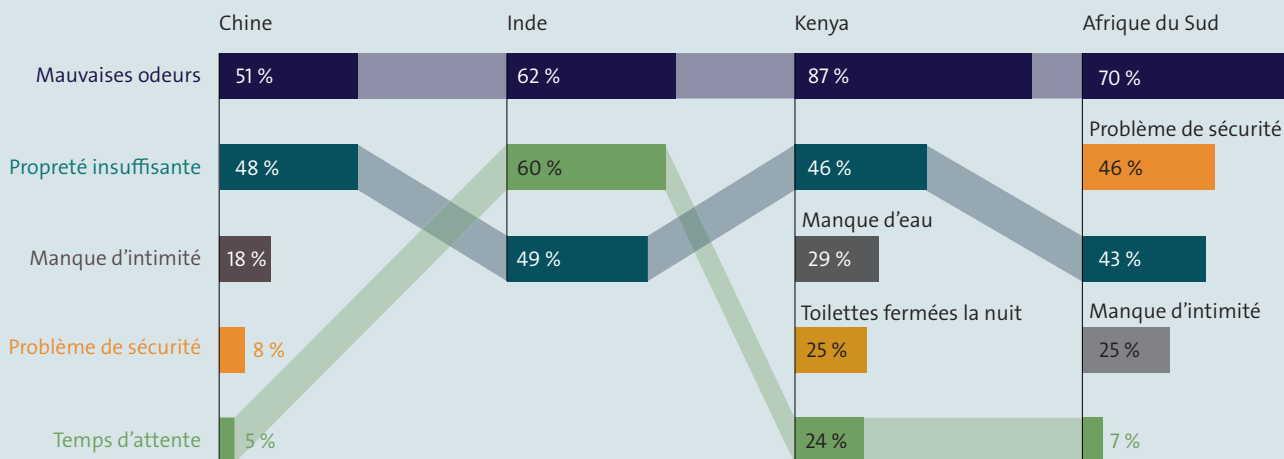
### Proportion des utilisateurs de toilettes communautaires ayant une mauvaise expérience en utilisant les toilettes



Source : étude Archipel&Co, 2019

Schéma 2

## Principaux problèmes associés aux toilettes communautaires



Source : étude Archipel&Co, 2019

Schéma 3

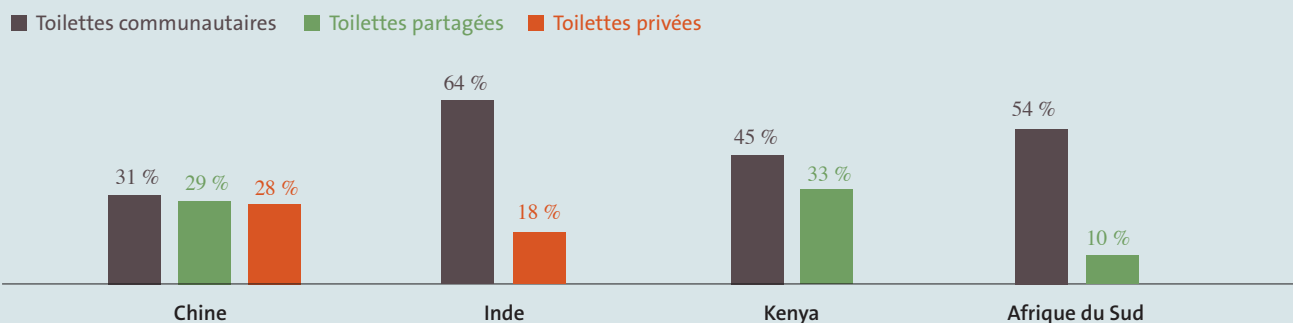
### FACE À CES MAUVAISES EXPÉRIENCES, CERTAINS UTILISATEURS PRÉFÈRENT DES OPTIONS RISQUÉES COMME LA DÉFÉCATION EN PLEIN AIR

L'un des principaux enseignements de l'étude est que cette mauvaise expérience utilisateur peut décourager les gens d'utiliser les toilettes communautaires et les inciter à privilégier d'autres options.

Dans les différents lieux étudiés, un grand nombre de personnes n'utilisent pas l'option la plus sûre parmi l'ensemble des options à leur disposition. Pour éviter les désagréments des toilettes publiques, ils préfèrent avoir recours à des pratiques à risque (défécation en plein air ou seau à la maison qu'il faut vider en plein air le matin). 31 à 64 % des personnes pour qui les seules infrastructures accessibles sont des toilettes communautaires ne les utilisent pas toujours et adoptent - occasionnellement ou fréquemment - des pratiques sanitaires moins sûres.

La défécation en plein air est ainsi l'une des conséquences directes (mais pas la seule) du mauvais état des toilettes communautaires. La plupart des personnes qui défèquent en plein air expliquent qu'elles choisissent cette option car elles préfèrent aller à l'extérieur que se retrouver confrontées aux désagréments des toilettes. Les mauvaises odeurs et le manque de propreté sont souvent évoqués comme les principaux problèmes, ainsi que le temps d'attente. Près d'un quart des personnes interrogées au Kenya et en Afrique du Sud choisissent la défécation en plein air plutôt que les toilettes en raison des mauvaises odeurs. En Inde, c'est le cas de près de la moitié des personnes interrogées. Au Kenya, un autre facteur qui encourage les gens à opter pour la défécation en plein air ou des pratiques à risque est l'absence d'une autre option la nuit, quand les toilettes communautaires sont fermées.

## Proportion de participants qui adoptent des pratiques à risque (alors même qu'ils disposent d'options plus sûres)



**Comment lire le graphique :** dans les quartiers analysés en Afrique du Sud, 54 % des personnes ayant accès uniquement à des toilettes communautaires ne les utilisent pas toujours et optent ponctuellement ou régulièrement pour des solutions moins évoluées, telles qu'un seau. 10 % des utilisateurs de toilettes partagées ne les fréquentent pas et utilisent aussi des seaux.

Source : étude Archipel&Co, 2019

Schéma 4

## ENSEIGNEMENT N° 2. AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE UTILISATEUR, NOTAMMENT EN LUTTANT CONTRE LES MAUVAISES ODEURS, CRÉE UN EFFET POSITIF AUPRÈS DES UTILISATEURS ET PEUT AVOIR UN IMPACT SIGNIFICATIF SUR LA FRÉQUENTATION DES TOILETTES

Considérant que les mauvaises odeurs affectent fortement l'expérience utilisateur dans les toilettes communautaires, le second objectif de l'étude était d'évaluer si l'on pouvait encourager les gens à adopter des comportements sanitaires plus sûrs en recourant à une technologie de lutte contre les mauvaises odeurs telle que celle développée par Firmenich et la Fondation Gates.

Deux expériences ont été menées pour valider cette hypothèse :

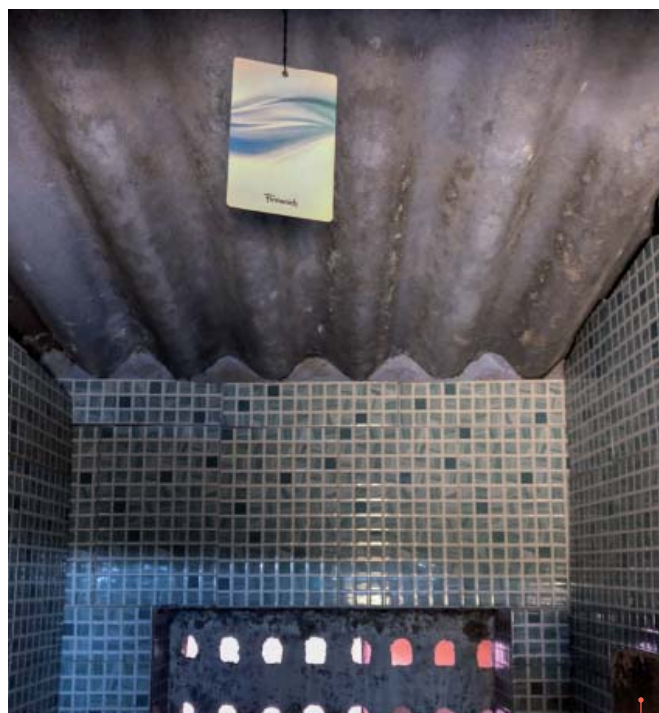
- Un test d'observation
- Un test en conditions réelles

### LE TEST D'OBSERVATION

Un test a été conçu pour évaluer les réactions des utilisateurs (fréquentant les toilettes communautaires ou pratiquant la défécation en plein air) à la technologie développée par Firmenich et la Fondation Gates. Ceux-ci ont été invités à visiter des toilettes traitées avec cette technologie (nettoyage + installation de « tampons désodorisants » - voir photo) et à réagir. Les réponses à ce test étaient uniquement déclaratives.

Ce test visait à évaluer :

1. si, avec cette technologie, l'utilisation des toilettes communautaires peut gagner du terrain par rapport aux pratiques sanitaires à risque
2. si les utilisateurs actuels des toilettes communautaires seraient prêts à payer plus cher pour accéder à des toilettes dans de meilleures conditions.



Un tampon désodorisant traité avec la technologie Firmenich-Gates contre les mauvaises odeurs est installé dans des toilettes communautaires pour le test. Le tampon capture les molécules malodorantes, puis dégage un parfum agréable - © Archipel&Co/ Maja Bialon

Trois résultats notables se détachent :

- Une majorité écrasante de participants estime que le traitement est efficace : environ 90 % d'entre eux considèrent que la situation est « bien meilleure que d'habitude ».
- La lutte contre les mauvaises odeurs peut encourager les personnes ayant des pratiques sanitaires à risque à adopter des pratiques plus sûres : 35 à 37 % des personnes ayant des pratiques sanitaires à risque se sont déclarées prêtes à changer leurs habitudes et à utiliser des toilettes communautaires si ces dernières sont dans de meilleures conditions (propreté et odeur agréable).
- La plupart des utilisateurs de toilettes communautaires se disent prêts à payer pour avoir accès à des toilettes communautaires dans de meilleures conditions : en Inde et au Kenya, où les gens ont l'habitude de payer pour avoir accès à des toilettes communautaires, environ 70 % des personnes interrogées se disent prêtes à payer plus pour avoir accès à des toilettes dans de bonnes conditions. En Chine et en Afrique du Sud, où les toilettes sont actuellement gratuites, le pourcentage est plus faible. En Afrique du Sud, ce chiffre s'élève tout de même à 28 %.

Ce test a démontré qu'une meilleure expérience utilisateur peut réellement contribuer à améliorer la situation sanitaire, (1) en modifiant les comportements de ceux qui pratiquent la défécation en plein air pour qu'ils commencent à utiliser les toilettes existantes et (2) en incitant les utilisateurs existants à accepter de payer pour ce service (pour améliorer le modèle économique et les conditions d'entretien de ces toilettes).

Néanmoins, il est important de garder à l'esprit que ces effets varient en fonction de la situation géographique et des difficultés propres à chaque communauté. Trois types de quartiers peuvent être identifiés :

1. Dans les quartiers où il existe des problèmes d'accès et de disponibilité (toilettes fermées la nuit et longue attente) → effet limité

Dans les quartiers concernés par de graves problèmes d'accès aux toilettes, et donc une prévalence relativement élevée de pratiques à risque, l'amélioration de l'expérience utilisateur aura probablement un effet limité si le temps d'attente et les autres problèmes d'accès ne sont pas résolus (notamment via la construction de nouvelles toilettes). En Afrique du Sud, par exemple, la sécurité est un problème majeur et les pratiques sont tirées vers le bas, notamment la nuit : une meilleure expérience utilisateur ne suffira pas à faire évoluer les comportements.

2. Dans les quartiers où les pratiques à risque sont courantes et où l'expérience utilisateur est mauvaise → effet considérable  
On retrouve ici les zones d'habitation où un nombre important de personnes ont des pratiques à risque et où les problèmes liés aux toilettes sont relativement modérés (mauvaises odeurs, propreté, problèmes d'entretien, etc.). L'amélioration de l'expérience utilisateur dans ces toilettes communautaires pourrait ici avoir un effet considérable sur l'adoption de pratiques plus sûres parmi ceux ayant des pratiques à risque aujourd'hui et sur la volonté des utilisateurs existants de payer.

3. Dans les quartiers où les toilettes sont dans un état relativement correct → effet limité sur les pratiques d'assainissement, mais impact considérable sur la cohésion sociale

La dernière catégorie de quartiers sont ceux disposant de toilettes en assez bon état, où les pratiques à risque sont



relativement peu fréquentes. Les toilettes sont gérées efficacement par des organisations communautaires (comme au Kenya) et utilisées par la plupart des habitants. Le fait de régler le problème des mauvaises odeurs aura ici un effet limité sur les pratiques à risque, car celles-ci s'expliquent surtout par un problème de disponibilité (sécurité et fermeture la nuit). Cependant, le traitement des mauvaises odeurs serait apprécié par les utilisateurs actuels des toilettes et la plupart d'entre eux se disent plus disposés à payer pour des toilettes bien entretenues.

## LE TEST EN « CONDITIONS RÉELLES »

### MÉTHODOLOGIE DU TEST



Organisation du test dans des toilettes communautaires à Pune, en Inde - ©Archipel&Co/ Maja Bialon

Le test a été effectué dans huit toilettes communautaires ayant des caractéristiques similaires et des conditions initiales comparables. Nous avons utilisé des dispositifs de comptage par scanner pour évaluer et comparer la fréquentation des toilettes communautaires avant et après le traitement (utilisation de produits de nettoyage contenant une technologie de lutte contre les mauvaises odeurs), afin de quantifier l'impact de ces interventions sur les comportements. Deux toilettes (sans traitement) ont servi de groupes de contrôle.

Le test a été organisé en trois étapes :

1. Période 1 - Pré-intervention (6 semaines) : pas de traitement afin d'enregistrer la fréquentation normale des huit toilettes communautaires (période de contrôle)
2. Période 2 – « Nettoyage » (6 semaines) : nettoyage et traitement des odeurs
3. Période 3 – « Nettoyage + implication de la communauté » (8 semaines) : nettoyage et traitement des odeurs + activités impliquant la communauté (campagnes de sensibilisation, événements communautaires, etc.)

Conscients des limites possibles du premier test (qui peut inclure un biais déclaratif), un deuxième test a été mené sur une période de 6 mois afin d'évaluer l'effet possible de la technologie de lutte contre les mauvaises odeurs sur les changements de comportement en « conditions réelles » : quel serait l'effet sur les comportements si les toilettes communautaires bénéficiaient d'une technologie de lutte contre les mauvaises odeurs et d'un traitement pour la propreté ? Ce test a été

effectué à Pune (en Inde) mais les conclusions sont intéressantes pour le développement et le déploiement de solutions dans d'autres parties du monde, y compris sur le continent africain.

Trois leçons à retenir se dégagent de ce test :

- Leçon n°1 - L'amélioration des conditions dans les toilettes communautaires est très appréciée par la population : dans toutes les toilettes communautaires traitées, les niveaux de satisfaction quant à la propreté et à l'odeur en général ont plus que doublé pendant la période du test.
- Leçon n° 2 - Une meilleure expérience utilisateur peut entraîner un changement de comportement : le nombre de personnes fréquentant les installations traitées a augmenté de 16 % entre la période 1 et la période 3. Parallèlement, la fréquentation des toilettes du groupe témoin a stagné ou légèrement augmenté (+1%). Cela confirme qu'un changement de comportement peut se produire : si les conditions des toilettes communautaires sont meilleures, les utilisateurs sont prêts à les adopter ou à les utiliser plus souvent.
- Leçon n° 3 - Le changement de comportement nécessite un engagement communautaire sur le long terme : pendant la période 2, la fréquentation des toilettes communautaires a commencé à augmenter, mais très modestement (+2 %). Le véritable changement s'est produit pendant la période 3, quand plusieurs actions ont été lancées pour impliquer les communautés et accroître la visibilité de l'intervention. Suite à cela, la fréquentation a augmenté presque immédiatement à un rythme beaucoup plus rapide (+16 %), ce qui montre la nécessité de faire participer activement les communautés au processus pour qu'un changement de comportement puisse avoir lieu. D'autres expériences montrent que le changement de comportement suit souvent une courbe exponentielle : quand le bouche-à-oreille s'accélère, les gens adoptent les pratiques de leurs voisins. On peut donc penser que si le test avait duré plus longtemps, les résultats auraient continué à augmenter.

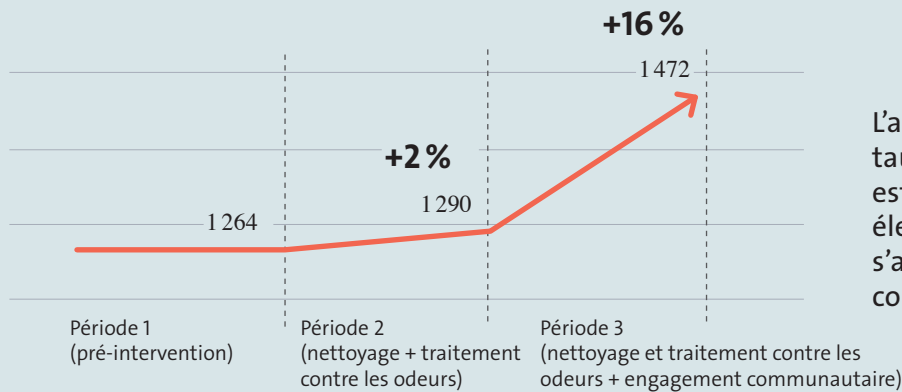
## CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS POUR LE SECTEUR

Ce projet de recherche mené par Firmenich et la Fondation Gates rappelle l'importance du concept d'« expérience utilisateur » dans les décisions et les comportements des individus. Si les investissements et les innovations lancés pour améliorer les infrastructures d'assainissement restent absolument essentiels, il ne faut pas oublier que les pratiques d'assainissement ne concernent pas seulement les infrastructures. Elles sont profondément influencées par les facteurs humains, les perceptions et les sentiments immédiats, les facteurs rationnels ou irrationnels qui incitent les gens à choisir telle ou telle pratique.

Cette étude apporte des preuves concrètes de l'impact positif que peuvent avoir une plus grande propreté et une odeur agréable sur les comportements. Avec un contrôle efficace des mauvaises odeurs, l'expérience utilisateur de toilettes est nettement meilleure, ce qui peut entraîner une hausse de la fréquentation des installations. Cela montre qu'il est possible, avec des solutions simples, d'influencer les comportements et de promouvoir l'adoption de pratiques plus sûres.

Nous encourageons les professionnels du secteur de l'assainissement à approfondir encore ces questions, en particulier :

## Évolution du nombre de personnes fréquentant quotidiennement les toilettes communautaires traitées



L'augmentation des taux de fréquentation est nettement plus élevée quand elle s'accompagne d'actions communautaires.

**Comment lire le graphique :** avant notre intervention, les toilettes communautaires enregistraient une moyenne de 1 264 visites par jour (si une personne se présente deux fois par jour, cela constitue deux visites). Pendant la période 2, quand nous avons nettoyé et installé des tampons désodorisants, la fréquentation est passée à 1290 visites par jour (+2 %). Pendant la période 3, quand nous avons ajouté les activités d'engagement communautaire, le nombre de visites a augmenté bien plus rapidement, pour atteindre 1472 visites par jour (+16 % par rapport à la période 1).

Source : étude Archipel&Co, 2019

Schéma 5

- **Faire en sorte que les toilettes soient considérées comme un lieu agréable et plaisant pour les utilisateurs.** Cela nécessite un double effort :
  - Continuer à investir dans les infrastructures (1) en entretenant correctement et en améliorant les installations existantes (par exemple, les toilettes communautaires), (2) en encourageant la construction de toilettes individuelles dans les logements, quand cela est faisable et pertinent et (3) en développant de nouvelles infrastructures, plus adaptées à la réalité des communautés à faibles revenus (des solutions sans eau ou par conteneur par exemple).
  - En parallèle, mettre davantage l'accent sur l'expérience utilisateur afin de s'assurer que les installations existantes sont effectivement utilisées par les communautés. Les composantes émotionnelles et comportementales en matière d'assainissement doivent être prises en compte par les décideurs : placer l'usager au cœur de l'expérience est la condition même de la réussite. Au-delà de la question des odeurs, développée dans cet article, d'autres facteurs contribuant à une expérience utilisateur agréable doivent être étudiés : la sécurité, l'intimité, le coût, d'éventuels services supplémentaires, etc.
- **Encourager le développement et l'utilisation de produits de nettoyage incluant des technologies de lutte contre les mauvaises odeurs.** Les équipes de Firmenich sont disponibles pour discuter de l'opportunité de lancer d'autres tests dans d'autres géographies afin de continuer à explorer le potentiel de cette technologie.
- **Créer les conditions pour une utilisation appropriée de ces produits, afin d'avoir un impact positif concret sur les changements de comportement.** Deux facteurs sont particulièrement importants :
  - **L'engagement communautaire :** consacrer du temps à l'engagement des communautés locales, afin de favoriser et d'ancrer les changements de comportement sur le long terme.

Les vieilles habitudes ont la vie dure et le changement de comportement ne se fait jamais en un jour, surtout en matière d'assainissement, un sujet profondément personnel et culturel. Pour encourager progressivement les gens à changer leurs pratiques, il convient de lancer de vastes campagnes d'engagement communautaire auprès de communautés ciblées (activités avec les enfants, soutien aux personnes influentes, campagnes éducatives, stratégies ludiques, etc.). Dans tous les cas, elles nécessitent d'établir des relations de confiance et des relations durables avec les communautés locales, un effort qui demande du temps et des ressources. Par conséquent, l'organisation et le financement de ces activités doivent être envisagés dès le début du processus par les organisations concernées.

- **Mobilisation des personnes en charge de l'entretien des toilettes communautaires :** les personnes en charge de l'entretien, acteurs clés de la chaîne de valeur de l'assainissement, ne sont aujourd'hui pas suffisamment incitées. L'expérience montre que s'ils sont motivés et reconnus, ils sont beaucoup plus efficaces dans le maintien d'installations propres, et peuvent même contribuer à la sensibilisation de leurs communautés. Au-delà des incitations financières, la reconnaissance sociale et d'autres incitations doivent être envisagées pour renforcer leur estime personnelle et leur image au sein de la communauté, mais aussi pour les responsabiliser à long terme (par exemple, assurance maladie, soutien à la formation pour l'éducation de leurs enfants, etc.). Le financement de ces modèles d'incitation doit être pris en compte dès l'établissement du business model des toilettes communautaires.

Rapport complet et résultats détaillés de l'étude :  
*Malodor and sanitation behaviors in low-income settlements (global report)*, Archipel&Co, janvier 2020  
<https://gatesopenresearch.org/documents/4-6>