

La sensibilisation devrait déboucher sur une adhésion de la population, se traduisant par une prise en charge totale du système AEP dans le cadre d'une AIC représentative. Mais elle doit aussi mettre en évidence les attentes de la population bénéficiaire qui doivent trouver leur entrée (être intégrées) dans la conception de l'AEP.

Ainsi, le critère fondamental de la réussite de l'action de sensibilisation, c'est son articulation avec la population, matérialisée par le niveau d'adhésion à l'AIC, et la signature des engagements à contribuer au fonds de roulement à hauteur de 80%.

Néanmoins, si la sensibilisation rencontre des résistances majeures qui pourraient compromettre fondamentalement le bon fonctionnement du projet AEP, par exemple, l'aspiration de la population à dépasser son statut rural ou semi-rural, se traduisant par un type de comportement excessivement revendicatif (cesserte à domicile à travers la SONEDE dans l'immédiat, par exemple) ou si elle décèle des sensibilités familiales ou claniques aiguës, dans ce cas, la sensibilisation ne devrait pas s'obstiner à faire passer le message à n'importe quel prix, mais elle doit proposer des solutions et attirer l'attention des décideurs sur l'opportunité de réexaminer la situation du projet, fondamentalement ou partiellement.

Agir autrement, c'est prendre le risque de faire perdre à la sensibilisation sa vocation essentielle et la confiner dans la justification qui pourrait décrédibiliser l'administration, maître d'œuvre du projet.

3. OBJECTIFS DE LA SENSIBILISATION

La sensibilisation vise à transformer les attitudes et les comportements, les ramener d'une position de marginalité, d'indifférence, d'incompréhension ou de refus à une position de soutien et d'adhésion au système AEP.

Ce faisant, elle doit être concrète, spécifique et ciblée. Elle y parvient en s'appuyant sur des données programmatiques que lui fournit le volet socio-économique de l'étude de faisabilité, ou la phase préparatoire de la sensibilisation.

Elle vise :

- L'amélioration de l'acceptation des systèmes d'eau
- La gestion de ces systèmes par les utilisateurs à travers l'AIC
- Le recouvrement des frais.

Ces objectifs seront atteints à travers des actions de sensibilisation qui se resument en ceci:

- * Introduire le concept AIC
- * Amener la population bénéficiaire à manifester ses attentes et à adhérer au système AEP, en signant des engagements avec l'AIC quand elle est créée et en s'engageant dès la première phase de la sensibilisation à participer au fonds de roulement de l'AIC (seuil d'engagement exigible : 80% des ménages)
- * Favoriser l'émergence, au niveau local, de personnes valables, dotées de qualités évidentes en matière d'organisation et de communication de masse pour prendre en charge la direction des AIC ou servir de relais pour la diffusion large et permanente du message de sensibilisation dans la zone AEP (des vecteurs permanents de la sensibilisation) ou participer, le cas échéant, à la collecte du fonds de roulement et au recouvrement.
- * Assister les cellules régionales (CAIC) et les (AIC) pour qu'elles prennent en main définitivement et de manière autonome le travail de sensibilisation dans leurs zones respectives.

4. METHODOLOGIE DE LA SENSIBILISATION

Régie par des orientations et des principes généraux (approche participative, techniques de communication de masse), la sensibilisation doit, en même temps, s'adapter à la situation particulière de chaque zone et éventuellement de chaque localité ou groupe de localités, en prenant en considération les besoins spécifiques identifiés.

Elle doit, par ailleurs, pouvoir :

- Intégrer les éléments techniques et les traduire en message pédagogique à l'adresse des bénéficiaires.
- Ramener les techniciens ou les administratifs, opérant au contact de la population, à une approche et une démarche socio-pédagogiques de la réalité.

La sensibilisation s'articule autour de deux phases essentielles, la phase de préparation et la phase de consolidation précédées par une phase préparatoire (ou exploratoire).

4.1 LA PHASE PREPARATOIRE (EXPLORATOIRE) :

La phase préparatoire (ou exploratoire) est une phase d'identification des besoins en sensibilisation qui se déroule, au cours de l'enquête socio-économique (Réf : Etape 2 de la méthodologie, « Enquêtes Approfondies »).

Cette enquête génère - ou devrait générer - des informations suffisamment abondantes et diversifiées permettant une programmation ciblée du travail de sensibilisation, en liaison avec les besoins réels de la population dans chaque zone et éventuellement dans chaque localité.

Si telle enquête n'a pas été menée ou si les données qu'elle a générées sont insuffisantes ou de qualité médiocre, le sociologue sensibilisateur sera invité à commencer par identifier les besoins en sensibilisation en adoptant la démarche suivante :

4.1.1 Une enquête directive

Elle est appuyée sur un questionnaire individuel comportant une quarantaine de questions articulées autour de thèmes majeurs, retenus en fonction des objectifs d'un projet AEP, à savoir :

- La relation de la population avec l'eau,
- La relation de la population avec l'AIC
- Les horizons du projet.

(Voir « questionnaire pour l'identification des besoins en sensibilisation » en annexe n° 1)

Ce questionnaire devra être administré à un échantillon représentatif des ménages de la zone AEP.

La sélection de l'échantillon sera effectuée à partir de la liste des bénéficiaires, à raison d'une personne sur trois, si la communauté est petite (60 à 80 ménages), une personne sur cinq, si la communauté est moyenne (100 à 200 ménages), une personne sur dix, si la communauté est large (200 à 500 ménages).

4.1.2 Un entretien semi-directif

Il est mené auprès d'une dizaine de personnes représentatives de la communauté, sur la base d'un aide mémoire, comprenant un certain nombre de thèmes d'investigation (voir modèle d'aide mémoire, en annexe n°2).

L'aide mémoire doit être mémorisé par l'enquêteur et utilisé pour maîtriser la discussion tout en laissant une certaine marge de liberté à l'interlocuteur (voir schéma de déroulement de l'entretien semi-directif, en annexe n°3).

4.1.3 Démarche pratique

* Après avoir sélectionné à partir de la liste des bénéficiaires, les noms des chefs de ménage à enquêter, selon les taux de sondage différentiels indiqués plus haut, transcrire ces noms sur les questionnaires à l'endroit approprié et aller les chercher et les enquêter après s'être présenté convenablement et avoir présenté l'objet de l'enquête.

* Le dépouillement des questionnaires s'effectue manuellement sur la base d'un état de dépouillement permettant de relever toutes les réponses par question et d'établir des fréquences simples exprimées en taux (en pourcentages).

Par exemple, si se dégage des questionnaires que 8 personnes sur 20 ne sont pas satisfaites de l'action de l'AIC, le taux d'insatisfaction serait alors de 40 % ($8/20 \times 100 = 40\%$) ou bien que 5 personnes seulement sur 20 ont exprimé leur intention de signer un contrat d'engagement avec l'AIC, le taux d'adhésion attendu serait alors de 25% ($5/20 \times 100 = 25\%$), c'est un taux très faible qu'il faudrait garder à l'esprit lors de la sensibilisation et ainsi de suite avec toutes les questions du questionnaire.

* Sélectionner les personnes les plus représentatives des courants d'opinion au sein de la communauté (les leaders locaux) et mener avec elles, un entretien semi-directif sur la base de l'aide-mémoire, évoqué précédemment.

* Remplir une fiche d'entretien par personne enquêtée, récapitulant les points clés dégagés au cours de la discussion et reflétant les attentes, les attitudes, les comportements et les connaissances de la population par rapport au système AEP (voir fiche d'entretien en annexe 4).

* Etablir un récapitulatif général à partir des fiches d'entretien individuel, reprenant les mots clés les plus fréquemment utilisés en liaison notamment avec les besoins en sensibilisation.

* Une fois les enquêtes directives et semi-directives menées, les fiches d'entretien remplies et récapitulées et les questionnaires dépouillés, il faudrait remplir le tableau des données récapitulatives (voir tableau récapitulatif des besoins en sensibilisation en annexe 5) et relever les besoins spécifiques en sensibilisation à partir des attentes les plus fréquemment exprimées au niveau de l'entretien semi-directif et de l'enquête directive.

L'identification des besoins implique la hiérarchisation des problèmes selon leur fréquence, les taux forts (50% et plus) sont retenus en priorité, les taux moyens (20 à 40%) en seconde position et les taux faibles (10% et moins) peuvent être marginalisés.

* Intégrer les besoins spécifiques en sensibilisation dans le programme de sensibilisation (les 3 passages de sensibilisation sont décrits plus loin).