

Intervention d'urgence pour lutter contre la COVID-19

Note d'orientation pour les programmes d'hygiène de l'UNICEF

Comprendre la promotion de l'hygiène dans le contexte de l'épidémie de COVID-19

La présente note fournit des orientations concernant les aspects à prendre en compte lors de la planification et de la mise en œuvre d'une campagne de promotion de l'hygiène dans le cadre d'une stratégie plus large de communication relative aux risques et de mobilisation des communautés. Il ne s'agit pas de fournir un guide complet permettant de concevoir une campagne de modification des comportements, mais plutôt de questions et d'éléments de réflexion quant au moment où il convient de mobiliser les autorités locales et les intervenants de la communication pour le développement au sujet des interventions nécessaires face au COVID-19. Le contenu s'appuie sur les enseignements tirés concernant les lacunes en matière de promotion de l'hygiène lors des précédentes situations d'urgence de santé publique et dans les programmes généraux.

Le présent document est destiné aux agents des bureaux de pays en charge de l'Eau, Hygiène et Assainissement (EHA) et de la communication pour le développement (C4D) qui travaillent sur la préparation et la riposte à l'épidémie de COVID-19. La participation des agents de l'UNICEF chargés de l'EHA et de la communication pour le développement aux activités de promotion de l'hygiène varie en fonction des pays et dépend 1) de la présence et de la capacité desdits agents et 2) de la solidité des systèmes publics, notamment de l'existence de canaux, de campagnes et d'activités de promotion à l'échelle nationale (par exemple, des programmes nationaux pour la promotion de la santé/de la nutrition/de l'éducation). Quelle que soit la situation, les agents EHA de l'UNICEF fournissent des conseils techniques concernant la conception, la mise en œuvre et le suivi des activités nationales de promotion de l'hygiène pour veiller à ce que les comportements encouragés répondent bien aux besoins d'hygiène.

Pour obtenir des orientations concernant les programmes de prévention et de lutte contre les infections dans les [écoles](#) et les [établissements de santé](#), consultez les documents distincts à ce sujet.

L'essentiel à savoir :

En résumé, ce que les acteurs de la promotion de l'hygiène doivent absolument savoir, c'est que le COVID-19 **se transmet principalement par deux voies** : la **voie respiratoire** et le **contact**.

Les gouttelettes respiratoires sont produites lorsqu'une personne infectée tousse ou éternue. Ces gouttelettes peuvent tomber sur des surfaces où il est possible que le virus reste viable¹. Ainsi, l'environnement immédiat d'une personne infectée peut se révéler source de transmission (transmission par contact). Le risque de contracter la maladie par les excréments d'une personne infectée semble faible.

¹ La durée de viabilité du virus dépend de la température et du type de surface. Les estimations établies à partir des informations disponibles varient énormément.

Ressources importantes à consulter :

Document technique commun sur l'EHA de l'OMS et de l'UNICEF (en anglais) :

<https://www.who.int/publications-detail/water-sanitation-hygiene-and-waste-management-for-covid-19>

Page Web de l'OMS concernant la prévention et le contrôle des infections (certains documents sont en français) :

<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/technical-guidance/infection-prevention-and-control>

Formation actualisée en ligne de l'OMS concernant la prévention et le contrôle des infections (en français) :

<https://www.who.int/infection-prevention/publications/en/>
<https://openwho.org/courses/COVID-19-IPC-FR>

Première étape – Examiner les données et les mécanismes de coordination existants

- **Recensez les canaux, campagnes et activités de promotion existants à l'échelle nationale en matière de santé et d'hygiène** (par exemple, programmes EHA dans les écoles, programmes de santé et d'hygiène menstruelle dans les écoles, programmes EHA dans les établissements de santé, promotion de la nutrition/de l'éducation, etc.) dans votre région. Ce sont les premiers points d'entrée. Passez également en revue les activités de promotion du lavage des mains organisées dans le cadre des programmes pour l'eau, l'assainissement et l'hygiène en milieu scolaire, par exemple « [L'Approche trois étoiles](#) », « [Levez les mains propres](#) » et d'autres campagnes spécifiques.
- **Passez en revue les capacités internes en matière de communication pour le développement et d'hygiène** et coordonnez les activités avec les collègues de la C4D. Si les capacités de communication pour le développement au sein de l'UNICEF et des pouvoirs publics sont solides, il est possible que les agents EHA ne participent qu'aux aspects techniques des activités. Si les effectifs et l'expérience du personnel EHA en matière de programmes d'hygiène sont solides ou si les capacités de communication pour le développement sont plus faibles, l'équipe EHA doit participer davantage à la planification et à la mise en œuvre de la promotion de l'hygiène. Contactez les collègues chargés de la communication pour le développement et de la santé et participez aux réunions sur le coronavirus au sein des bureaux régionaux et des bureaux de pays.
- **Passez en revue les capacités des partenaires d'exécution et du secteur privé** en matière d'approvisionnement en produits d'hygiène et de communication pour le changement de comportement. Déterminez leur présence et leurs groupes cibles et repérez d'éventuelles lacunes importantes dans leur implantation.
- **Recensez au sein des pouvoirs publics ou des groupes sectoriels les mécanismes existants de coordination** liés à la promotion de l'hygiène dans les situations d'urgence sanitaire, au niveau national, infranational, régional et local :
 - Existe-t-il des mécanismes de coordination pour la promotion de l'hygiène ?
 - Ces mécanismes font-ils appel à des personnes/organisations compétentes en matière de promotion de l'hygiène au niveau adéquat ?
 - Ces mécanismes sont-ils présents au niveau infranational, y compris au niveau communautaire ?
- **Rassemblez les documents et outils de promotion de l'hygiène existants** adaptés à votre pays (acceptables sur le plan culturel, dans la langue locale, etc.) et vérifiez qu'ils répondent aux

besoins dans le contexte du COVID-19 (voir les principales voies de contamination ci-dessus). Partagez et étudiez ces documents avec les collègues chargés de la communication pour le développement, en abordant notamment les enseignements tirés et en tenant compte des commentaires reçus.

- **Étudiez les données nationales disponibles** (MICS, EDS, enquêtes CAP) concernant les pratiques d'hygiène actuelles et les facteurs comportementaux favorisant ces pratiques, ainsi que les **enseignements tirés des précédentes activités de promotion de l'hygiène**, notamment en situation d'urgence.

Actions clés – Définir les comportements cibles et les interventions adaptées

Recensez les comportements cibles qui doivent être encouragés dans la prévention de la COVID-19, le **public cible** et le **contexte** (foyer, lieux publics tels que les lieux de travail, les marchés, les lieux de culte, les transports publics, etc.) dans lequel ces comportements doivent être adoptés et promus. En fonction du contexte, il faudra peut-être mettre en œuvre une stratégie de promotion différente pour un même comportement. Les comportements cibles peuvent être les suivants :

- Se laver les mains à l'aide de savon, d'eau chlorée (0,05 %) ou d'une solution hydroalcoolique² à des moments clés, notamment après avoir éternué ou toussé, après s'être rendu dans des lieux publics (transports publics, marchés, lieux de culte, etc.), après avoir touché des surfaces à l'extérieur du foyer (en supposant que personne ne soit malade à la maison) ;
- Éviter de se toucher le visage (bouche, nez, yeux) ;
- Se couvrir le nez et la bouche lorsque l'on tousse ou que l'on éternue (règles d'hygiène en cas de toux) ;
- Maintenir une distance sociale en évitant de se serrer la main, de donner des accolades, de faire la bise, de partager des aliments, des ustensiles, des verres et des serviettes ;
- Nettoyer les surfaces susceptibles d'avoir été en contact avec le virus, et de manière générale, nettoyer plus fréquemment les surfaces, en particulier dans les lieux publics.

Remarque : Ceci ne constitue ni une liste exhaustive ni une hiérarchisation des comportements. Il s'agit des comportements importants pour prévenir la propagation du COVID-19. La liste des comportements à encourager dépend du contexte national.

Recensez les interventions adéquates. En fonction de l'étude des **données concernant les obstacles** à l'adoption de comportements adéquats, des **canaux de communication** efficaces, de l'**évaluation des risques** en matière de santé publique et des **expériences passées**, et en concertation avec les pouvoirs publics et les partenaires, choisissez un ensemble d'interventions adaptées à votre situation, aux groupes et comportements cibles ainsi qu'aux contextes que vous avez recensés. Assurez-vous que ces interventions sont conformes aux recommandations mondiales de l'OMS et d'autres organisations ainsi qu'aux recommandations nationales, et qu'elles sont cohérentes avec les interventions menées par d'autres acteurs dans le pays afin d'éviter les messages contradictoires et la confusion. Voici une liste non exhaustive des interventions possibles :

- *Promotion du lavage des mains tenant compte des principaux facteurs comportementaux favorisant cette pratique ;*

² Actuellement, rien ne prouve que le lavage des mains à la cendre soit efficace dans la lutte contre la COVID-19. De manière générale, le lavage des mains à la cendre est associé à un risque de contamination par des pathogènes présents dans le sol et d'exposition aux métaux lourds. C'est pourquoi le lavage des mains au savon est privilégié. Toutefois, la cendre peut être utilisée en l'absence d'autre solution.

- Promotion des règles d'hygiène à respecter en cas de toux/d'éternuement ;
- Promotion de modes de salutation différents et du maintien de la distance sociale ;
- Promotion de la propreté des surfaces ;
- Mise à disposition d'eau en quantité suffisante pour que l'adoption des pratiques d'hygiène soit possible ;
- Mise à disposition d'infrastructures et de produits pour le lavage des mains dans les foyers et les lieux publics.

Remarque : Pour des conseils supplémentaires sur les aspects à prendre en compte dans un programme de changement des comportements, voir ci-dessous. Le tableau explique comment transposer les informations concernant les comportements dans les programmes afin d'obtenir des résultats en matière d'hygiène. L'objectif est d'aider les agents EHA à entretenir le dialogue avec leurs collègues de la communication pour le développement et avec les pouvoirs publics pour veiller à ce que les activités de promotion de l'hygiène soient efficaces contre les voies de contamination.

Mettez en œuvre des activités de promotion de l'hygiène s'appuyant sur les activités existantes de mobilisation de la communauté (par exemple pour la promotion de l'hygiène, de la santé, de l'éducation et de la nutrition), en concertation avec la communication pour le développement. Le niveau de participation des agents EHA dans la mise en œuvre des activités sera déterminé en coordination avec les capacités existantes dans le pays. Le secteur privé joue un rôle important dans la mise à disposition de produits d'hygiène, mais également dans la diffusion de messages concernant l'utilisation de leurs produits. Pour obtenir des conseils sur la mise en œuvre des activités de promotion de l'hygiène, consultez le manuel sur la communication pour le changement de comportement en situation d'urgence *Behavior change communication in Emergencies: A Toolkit* ainsi que le cycle de planification participatif de la communication pour le développement.

Intégrez un suivi des produits et des résultats ainsi qu'un cycle rapide de restitution des résultats qui permettent d'adapter les activités des programmes en fonction des commentaires transmis par les personnes chargées de leur mise en œuvre et les bénéficiaires. Il incombe aux agents EHA de veiller à ce que toute modification apportée aux activités encourage les comportements hygiéniques adaptés afin d'agir sur les voies de transmission du virus. Pour obtenir des **conseils concernant le suivi des changements de comportement** en matière de lavage des mains, consultez le [Module de suivi et d'évaluation de la promotion du lavage des mains](#) (page 81 à 110). En plus du suivi régulier des indicateurs, les agents EHA sont incités à mettre en place des mécanismes de restitution rapide des résultats pour tirer les enseignements de la mise en œuvre des activités sur le terrain. Il peut s'agir, par exemple, d'un appel hebdomadaire aux personnes chargées de la mise en œuvre.

Ressources – Voici un ensemble de ressources qui peuvent s'avérer utiles, y compris des ressources officielles de l'OMS et de l'UNICEF ainsi que d'autres documents non officiels qui peuvent vous orienter et vous inspirer.

Orientations techniques officielles de l'OMS (en français)

[Recommandations de l'OMS concernant l'hygiène des mains](#), dont une liste complète d'[outils pour les évaluations et la restitution des résultats](#) ainsi que des vidéos et des diapositives de formation sur l'hygiène des mains

Plateformes regroupant des ressources

[Site Intranet de la communication pour le développement](#) de l'UNICEF (Internet of Good Things)

[Plateforme d'Evidence Aid regroupant les liens vers toutes les données probantes](#) (revues systématiques, orientations, articles de revues, ressources dans d'autres langues que l'anglais)

Orientations de l'UNICEF concernant la programmation et le suivi	Behavior change communication in Emergencies: A Toolkit de l'UNICEF Module de suivi et d'évaluation de la promotion du lavage des mains de l'UNICEF
Autres	<p>Enseignements tirés des activités de promotion de l'hygiène mises en place lors de l'épidémie d'Ebola en 2013-2014 (ici et là)</p> <p>Éclairages apportés par les sciences comportementales concernant le lavage des mains au cours de l'épidémie de COVID-19 avec une illustration des facteurs qui entravent et facilitent cette pratique</p> <p>Illustrations adaptées aux enfants fournissant des informations et des conseils sur les comportements en matière d'hygiène, à partir des recommandations de l'OMS (peut-être pas utiles pour une communication de masse, mais pratiques dans un contexte privé, par exemple pour les membres du personnel de l'UNICEF souhaitant aborder le sujet avec leurs enfants, chez eux)</p>

Considérations d'ordre général pour la planification de campagnes visant à modifier les comportements – Ces informations sont issues d'études comportementales.

Malgré les nombreuses études réalisées dans ce domaine, il n'existe pas de recette miracle pour les campagnes visant la modification des comportements, et la plupart des campagnes fructueuses sont le résultat de nombreux essais et erreurs. Les éléments suivants doivent aider les agents EHA à nouer un dialogue éclairé avec leurs collègues de la communication pour le développement, leurs partenaires et leurs contreparties gouvernementales.

Informations	Action
<p>Concentrez-vous sur les effets souhaités, pas sur les comportements. Comme dans la plupart des aspects de la vie, plusieurs comportements permettent généralement d'obtenir l'effet souhaité. Ainsi, le lavage des mains au savon, l'utilisation d'une solution hydroalcoolique et le lavage des mains à l'eau chlorée sont des comportements qui permettent tous d'avoir les mains propres. De même, compter jusqu'à 20, chanter une chanson ou effectuer une danse sont des comportements permettant aux gens de se laver les mains plus longtemps. Le choix de la pratique la plus efficace pour modifier les comportements dépend de votre contexte.</p> <p>N'oubliez pas : Les comportements ponctuels (par exemple, achat et installation d'un poste de lavage des mains) sont beaucoup plus faciles à encourager que les comportements devant être réitérés fréquemment (par exemple, lavage des mains avec du savon à des moments clés).</p>	<p>Recensez tous les comportements permettant d'aboutir à l'effet souhaité. Classez-les dans l'ordre en commençant par le comportement le plus susceptible d'être adopté par votre population cible. Essayez de promouvoir le comportement figurant en haut de votre liste. Si cela ne fonctionne pas, passez au deuxième comportement de la liste.</p>
<p>En vous appuyant sur les données disponibles, les connaissances actuelles et les enseignements tirés des interventions mises en œuvre aujourd'hui et par le passé, déterminez les facteurs favorisant le comportement souhaité. Pour cela, vous pouvez utiliser des cadres de modification des comportements. Mais cela peut s'avérer un peu compliqué. Vous pouvez cependant réfléchir à trois éléments :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Connaissances : Votre population cible sait-elle ce qu'elle est censée faire, quand, comment et pourquoi ? 2. Motivation : Votre population cible veut-elle adopter ce comportement ? Pourquoi ? Pourquoi pas ? 3. Capacité : Votre population cible est-elle en capacité physique, financière et cognitive de faire ce qu'on lui demande ? 	<p>Passez en revue les enquêtes disponibles sur les connaissances, attitudes et pratiques (CAP) ainsi que les enseignements tirés des interventions précédemment mises en œuvre. Si vous constatez des lacunes importantes en matière de données, organisez des discussions de groupe rapides afin de déterminer les connaissances, la motivation et la capacité des personnes à adopter le comportement cible. En réfléchissant à votre propre comportement et/ou en posant des questions à vos collègues, vous obtiendrez déjà beaucoup d'informations.</p>

Choisissez la bonne émotion à associer au comportement. Pour qu'un changement de comportement soit efficace, le comportement cible doit être associé à une émotion forte. Il n'est pas facile de choisir l'émotion adaptée. De manière générale, il peut s'agir d'une émotion positive (encouragement, fierté) ou négative (éviter, peur). Le même comportement peut être encouragé par des émotions positives ou négatives. Par exemple :

- **Émotion positive** : Pour prendre soin de votre famille, lavez-vous les mains.
- **Émotion négative** : Lavez-vous les mains ou votre famille en souffrira.

Pour associer une émotion à un comportement, il faut suggérer un lien entre ces deux éléments lors de la mise en œuvre de votre campagne. Sortez des sentiers battus et soyez créatifs.

Trouvez l'équilibre entre le comportement idéal et le comportement possible. Ne laissez pas la perfection être l'ennemie du bien, mais ne simplifiez pas non plus à l'excès afin que le message clé ne se perde pas. Parfois, une instruction et des informations simples permettent d'accomplir des progrès considérables. En fonction de vos connaissances des facteurs comportementaux et des expériences passées, sélectionnez un comportement à encourager situé entre le comportement idéal et le comportement minimal.

Préparez l'échec et recommencez. Il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses aux questions ci-dessus, et parfois une petite évolution change beaucoup de choses. La plupart des idées en matière de changement comportemental se soldent par un échec, même lorsque les interventions sont conçues par les meilleurs spécialistes au monde. Ainsi, n'ayez pas peur de l'échec et considérez-le comme une occasion d'apprendre. Anticipez l'échec et préparez-le afin que cela ne vous demande pas trop de temps et d'argent. Conservez des canaux de communication ouverts avec les partenaires d'exécution et les communautés.

Passez en revue les enseignements tirés des interventions mises en œuvre précédemment. Faites appel aux données disponibles et à votre connaissance intuitive du contexte pour déterminer les facteurs émotionnels qui incitent les gens à agir et à effectuer leurs tâches quotidiennes.

Déterminez quel est le comportement idéal pour obtenir l'effet souhaité. Puis, **déterminez quel est le comportement minimal absolu** permettant d'atteindre 60 % à 80 % du résultat. Recensez ensuite les éventuels comportements situés entre ces deux extrêmes.

Intégrez un mécanisme de suivi, de restitution des résultats et d'évaluation fréquents à vos activités et **soyez prêts à réitérer votre programme** jusqu'à ce que vous trouviez une stratégie qui fonctionne.