



Pays/REGION Right2Grow



MALI

A quel résultat de la théorie du changement de Right2Grow ce thème est-il lié ?

Outcome 1

Mots clés (#) : (mots pertinents qui illustrent votre thème)

#beseaya

Durée approximative, si nécessaire  
Combien de temps a-t-il fallu pour mettre en œuvre cette stratégie, d'une approche ou d'une méthodologie du début à la fin ?

24 mois

Budget estimé en EUR ou CFA

10.000 Euros environ

Personne à contacter pour toute information ou demande de renseignements supplémentaires (nom, fonction, adresse électronique, numéro WhatsApp) :

A renseigner

## CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Au Mali, la situation socio-économique complexe, marquée par une crise politique, institutionnelle, sécuritaire, et les effets de la pandémie de COVID-19, a exacerbé les défis dans les secteurs de la nutrition, de l'eau et de l'assainissement (WASH), ainsi que de l'environnement. Selon l'enquête nationale SMART 2020, la malnutrition aiguë (MAG) touche 7,2% de la population, avec une forme sévère (MAS) à 1,3%, et la malnutrition chronique affecte 23,9% des enfants. En ce qui concerne l'accès à l'eau potable, le taux national est de 69,2%, avec des disparités notables entre le milieu urbain (77,7%) et rural (65,8%), tandis que l'accès à l'assainissement de base reste insuffisant avec un taux de 39% global.

L'application Bèssèya est une plateforme numérique innovante développée pour répondre aux besoins croissants de sensibilisation et de suivi en matière de nutrition et d'eau hygiène et assainissement (WASH). Elle offre une interface intuitive et participative aux utilisateurs, leur permettant d'accéder à des informations essentielles d'éducation en nutrition, en WASH et en gestion de transferts monétaires (cash transfert) pour les plus vulnérables.

Grâce à son accessibilité sur smartphones et sa facilité d'utilisation, Bèssèya contribue à combler le fossé entre les connaissances théoriques et les actions pratiques en matière de WASH et nutrition.

## DESCRIPTION

Créée en 2022 par AJCAD, Bèssèya - dont le nom est inspiré du mot « propreté » en bambara - est une plateforme dédiée à la promotion de l'eau, de l'assainissement, de l'hygiène (WASH) et de la nutrition. Avec une communauté de plus de 21 000 abonnés, elle vise à sensibiliser, connecter et responsabiliser les acteurs locaux, les institutions publiques et les organisations de la société civile pour répondre efficacement aux besoins des populations.

L'approche de la plateforme repose sur trois axes principaux :

- Sensibilisation : Bèssèya informe sur des thématiques clés comme la WASH et la nutrition, en utilisant des outils numériques et des formats adaptés (articles, vidéos...) :

• Informations critiques et actualités sur les thématiques ;

• Initiatives locales et projets en cours pour améliorer la santé et l'hygiène dans nos communautés.

- Accompagnement technique : Grâce à l'expertise de spécialistes, la plateforme propose des conseils pratiques et des solutions adaptées en matière de WASH, de Nutrition et d'utilisation optimale des fonds reçus via les programmes de cash transfert, pour améliorer les conditions d'hygiène et de nutrition. Elle met également à disposition des outils pour suivre les progrès réalisés en matière de WASH et nutrition et des exemples concrets de stratégies financières simples, adaptées à différents contextes familiaux.

- Plaidoyer : L'application inclut la possibilité pour les utilisateurs de procéder à des dénonciations et des plaidoyers en faveur de la WASH et la Nutrition à l'endroit des autorités locales pour une meilleure intégration de ces thématiques dans les politiques publiques.



## OBJECTIFS

- Contribuer à l'amélioration des conditions de vie et de la sécurité nutritionnelle des populations vulnérables grâce à une gestion efficace des ressources financières et des pratiques adaptées en matière de WASH et nutrition.
- Renforcer les connaissances des bénéficiaires sur la nutrition, la WASH et l'utilisation des transferts monétaires pour améliorer les pratiques.
- Promouvoir l'autonomisation économique des ménages vulnérables à travers des stratégies de gestion du cash.
- Faciliter l'accès à des outils digitaux pour un suivi régulier et personnalisé de leurs progrès en nutrition, WASH et en gestion financière.
- Encourager le plaidoyer des communautés auprès des autorités locales en matière de WASH et nutrition pour une meilleure intégration de ces thématiques dans les politiques publiques.

## RÉSULTATS OBTENUS

Plus de 21 000 personnes ont utilisé l'application Bèssèya pour accéder à des informations pratiques et gérer de manière efficace les ressources financières reçues dans le cadre des programmes de cash transfert. Ces bénéficiaires ont pu bénéficier d'une meilleure compréhension des priorités nutritionnelles, d'eau hygiène et assainissement et des stratégies financières à adopter.

- L'application a permis de diffuser des messages éducatifs, qui ont favorisé une prise de conscience sur l'importance de pratiques nutritionnelles et WASH saines. De nombreux témoignages ont mis en lumière des améliorations dans la préparation des repas, la diversification alimentaire et la gestion des fonds alloués.
- Bien que le suivi des résultats n'ait pas été systématique, les premières données recueillies indiquent un potentiel considérable de l'application pour transformer durablement les comportements en matière de nutrition, WASH et de gestion financière.

L'absence d'un suivi approfondi des résultats obtenus auprès des bénéficiaires pour évaluer les changements concrets dans leur vie quotidienne reste un défi.

## BONNES PRATIQUES

### 1. Contenus de la plateforme adaptés et engageants :

- Campagnes digitales ciblées : Ces campagnes permettent de diffuser des messages clés sur la gestion des ressources et les pratiques nutritionnelles adaptées à différents contextes.
- Vidéos de sensibilisation : Des vidéos axées sur le WASH et la nutrition permettent d'engager les bénéficiaires et de les sensibiliser de manière visuelle et accessible..

**2. Implication d'experts :** La présence de nutritionnistes et d'environnementalistes enrichit le contenu de la plateforme en offrant des conseils pratiques et scientifiquement validés.

**3. Approche participative :** En incluant des retours des utilisateurs, la plateforme est continuellement améliorée pour mieux répondre aux besoins locaux. Par exemple, nous avons pu intégrer de nouvelles fonctionnalités comme la langue more et l'Anglais, des workshops pour permettre aux formatrices\* de faire la promotion de leurs produits...

**4. Bon enrôlement dans l'application :** Enrôlement fait sur le site du festival Segou'Art\*. Certes, Segou ne fait pas parti des zones d'intervention du projet mais l'équipe a jugé nécessaire de le faire à cette occasion car ce festival est le point de rencontre des cibles du projet et permettait de maximiser le nombre d'abonnés sur l'application. Pour la méthode, nous avons utilisé le véhicule de caravane dans les différentes communes pendant trois jours en fonction de l'affluence de la population pour engager un public plus large et inscrire davantage d'abonnés sur la plateforme Bèssèya. L'enrôlement des maires a été fait à travers une campagne de vulgarisation de Besseya. Ces interactions ont permis d'expliquer efficacement le projet Right2Grow et de sensibiliser sur l'importance de l'application pour répondre aux besoins communautaires.



### MAUVAISES PRATIQUES

1. Sous-estimation des durées du développement et de mise à jour de l'application.
2. Faible maîtrise de l'ensemble des demandes de nouvelles fonctionnalités conduisant souvent à l'instabilité de la plateforme.
3. Faible budgétisation des activités de promotion. Nous n'avons pas pu faire beaucoup plus de promotion à cause du faible budget, l'objectif étant d'enrôler beaucoup de maliens, aussi même en dehors des zones d'intervention du projet.
4. Insuffisance d'ancrage communautaire de la plateforme, qui nécessiterait d'adapter certaines réalités communautaires à l'application.
5. Absence d'intégration linguistique complète : L'application ne prenait pas suffisamment en compte les langues locales comme le bambara et le moré, limitant ainsi l'accès pour une partie des utilisateurs.
6. Absence de suivi utilisateur : Un manque d'outils pour comprendre les besoins des abonnés, ce qui limitait la personnalisation des contenus et des services.

## DEFIS

- Adaptation de la population : La première phase de déploiement a révélé une lente adoption de l'application par certaines communautés, nécessitant des efforts de sensibilisation accrus.
- Participation timide des autorités locales : L'implication de certains maires, pourtant essentielle pour la réussite du projet, reste limitée.
- Contenus permanents : L'absence de contenus régulièrement mis à jour pour animer la plateforme représente un défi pour maintenir l'engagement des utilisateurs.

## RECOMMANDATIONS

1. Valoriser le multilinguisme pour toucher un plus large public : Les contenus écrits sont maintenant disponibles en français et en anglais, tandis que les contenus vocaux sont accessibles en bambara et en moré, assurant une meilleure inclusion des communautés locales.
2. Avoir plus d'interaction sur la plateforme : Organiser des sessions interactives en ligne telles que des webinaires, des forums de discussion thématiques ou des challenges communautaires autour de la nutrition et de l'hygiène. Impliquer des influenceurs locaux ou des leaders communautaires pour stimuler l'engagement.
3. Production de plusieurs contenus : Développer des contenus variés et adaptés aux besoins des utilisateurs, comme des vidéos explicatives en langues locales (bambara et moré), des fiches pratiques téléchargeables, ou des podcasts thématiques. Utiliser des témoignages de bénéficiaires pour renforcer l'impact des messages.
4. Avoir l'implication de tout le consortium : Mettre en place un cadre de coordination régulière entre les membres du consortium pour planifier et produire des contenus, partager des ressources, et harmoniser les messages de sensibilisation. Encourager chaque organisation partenaire à promouvoir l'application auprès de ses réseaux et communautés.
5. Avoir plus d'initiative des nutritionnistes : Collaborer avec des nutritionnistes pour développer des consultations en ligne ou des ateliers éducatifs sur l'application. Créer des campagnes spécifiques sur des thématiques clés (ex. alimentation pour enfants, prévention de la malnutrition) et proposer des outils interactifs comme des calculateurs de besoins nutritionnels.
6. Améliorer la stratégie d' enrôlement et d'adoption de la plateforme : Organiser des démonstrations dans les communautés, utiliser des radios locales pour expliquer le fonctionnement de l'application, et recruter des ambassadeurs locaux pour assurer un suivi direct auprès des utilisateurs.



