

## Conservation et traitement d'eau à domicile Étude de cas de mise en œuvre : la solution de chlore Air RahMat

AMAN TITRA, INDONESIE

### Introduction

Aman Tirta est un partenariat public-privé qui a été créé dans le but de fabriquer, promouvoir et distribuer une solution de chlore liquide (appelée Air RahMat) et la bonne conservation de l'eau en Indonésie. Dans le but de promouvoir l'eau potable, Aman Tirta a également travaillé en collaboration avec le gouvernement indonésien afin d'améliorer la politique et de donner un environnement politique propice à la conservation et traitement d'eau à domicile (CTED) dans le pays.

Les partenaires du programme sont :

- Ecole de Santé Publique John Hopkins Bloomberg / Centre pour les Programmes de Communication– gestion globale de programme, communication et interventions de changement de comportement.
- CARE International (ONG) – composante de la participation de la communauté
- Lowe Worldwide – promotion du produit et marketing
- PT Tanshia Consumer Products – fabrication, distribution, marketing et développement de produit
- PT Ultra Salur – distributeur exclusif
- Points de vente locaux – vente du produit à travers le pays



Air Rahmat, Indonésie  
(Source : Tirta/JHCCP)

Le programme suit 2 approches dans le but d'améliorer l'accès à l'eau potable :

1. **Stimuler le secteur commercial** dans le but de fabriquer, distribuer et commercialiser un produit qui permet de rendre l'eau potable grâce à la désinfection et à une conservation appropriée à des prix abordables à l'échelle du pays ; et
2. **Créer la demande** grâce à un programme stratégique de changement de comportement qui promeut et positionne le produit sur le marché de manière efficace et maximise le rapport avec les ONG indonésiennes dans le but de faciliter son adoption.

Aman Tirta a travaillé étroitement avec l'entreprise privée PT Tanshia pour se préparer à la passation finale du programme à cette dernière après la fin du projet.

### Création de la demande

Air RahMat cible les mères de classe moyenne avec des enfants de moins de 5 ans. La promotion et les ventes ont été lancées par phases, sur plusieurs années, dans différents sites d'Indonésie– commençant avec le lancement du produit à Jakarta en 2005.

Le but de la stratégie de communication et de marketing est de sensibiliser et persuader la population d'expérimenter Air RahMat. Cette dernière promeut Air RahMat comme une option facile d'utilisation et abordable pour obtenir de l'eau potable salubre, également approuvé par le Ministère de la Santé. Le matériel éducatif et les méthodes de communication comprennent des posters, brochures, spots radio et télévisuels, et camions de démonstration mobiles qui distribuent des échantillons d'eau.

Simultanément, une forte mobilisation communautaire, menée par les ONG locales, joue un rôle important et productif dans l'accroissement des connaissances et l'éducation sur la consommation d'eau potable. Cela est réalisé par communication interpersonnelle, dialogue de groupe et action. Les démonstrations mobiles « sur la route » ont été utilisées à travers le pays. Ces démonstrations fournissent de l'information, jeux, quiz, échantillons d'eau, communication

# Conservation et traitement d'eau à domicile

## Étude de cas de mise en œuvre : la solution de chlore Air

### RahMat

interpersonnelle, et dialogue avec les membres de la communauté.

Aman Tirta travaille également avec des institutions gouvernementales dans les domaines de la santé et de l'éducation avec comme but d'étendre l'impact médiatique.

Les recherches et le suivi de la publicité et des tendances des ventes ont initialement démontré que le programme avait été efficace à sensibiliser la population au produit, mais qu'elle n'achetait pas forcément ce dernier.

Cela a entraîné un changement de stratégie publicitaire, dans le but de mieux cibler les mères (ex. à travers des publicités dans les magazines tabloïd de femmes), mettant l'accent sur la crédibilité des annonces et la revendication des produits, et augmenter les équipes d'échantillonnage mobiles dans le but que la population puisse tester l'eau.

Les ventes ont augmenté au cours de la quatrième année du programme suivant ces changements et autres initiatives.

#### Approvisionnement des produits et services

La solution de chlore a été originellement développée dans le cadre du programme du Centre de Contrôle et de Prévention des Maladies (CDC) Système de l'eau potable (SWS) qui comprend à la fois la désinfection et la bonne conservation.

Air RahMat est fabriqué et embouteillé en Indonésie par PT Tanshia. Le produit est distribué largement à la fois par le circuit traditionnel (ex. magasins et kiosques) et non-traditionnel (ex. organisations communautaires, ONG, organisations de microcrédit et volontaires de santé communautaire). La distribution est dirigée par PT Ultra Salur, une entreprise privée.

Grâce aux efforts d'Aman Tirta pour élargir le marché, le nombre de points de vente qui vendent Air RahMat est passé de 8.500 à plus de 15.000 dans la quatrième année du projet.

Air RahMat est vendu en bouteilles de 100 mL – suffisant pour traiter 660 litres d'eau, ou la quantité moyenne utilisée dans un ménage en un mois. La bouteille est vendue pour 5000 Rp (environ 0,50 \$ US). En 2008, 597.511\$ a été investi dans le programme. Dans la même année, 71.000 bouteilles et 548.000 sachets d'Air RahMat ont été vendus. PT Tanshia a également développé un sachet de 3 mL à usage unique, qui est entré sur le marché en 2008.

#### Suivi et amélioration

Le fabricant du produit, PT Tanshia, a mis en place un laboratoire sur site pour faciliter le contrôle de la qualité du produit et la recherche et développement.

Une étude sur l'impact économique et sanitaire a été complétée à mi-parcours du projet. Elle a révélé que les attitudes de la population envers la chloration et leurs décisions d'utiliser Air RahMat ont été positivement impactées par les activités du projet. Elle a aussi démontré un impact sur la santé, observable à travers une diminution de 50% de l'incidence de la diarrhée, ainsi que un stockage plus sûr de l'eau dans les ménages qui utilisent Air RahMat et l'achat de récipient pour l'eau potable.

Le ralentissement des ventes plus important que prévu a indiqué que le changement de comportement pour le traitement de l'eau à domicile peut être plus lent que prévu.

#### Financement du programme

L'agence américaine pour le développement international (USAID) a financé le programme de 6 ans qui a duré de 2004 à 2010.

#### Références

Le programme Aman Tirta :  
[www.airrahmat-indonesia.com](http://www.airrahmat-indonesia.com)

Université John Hopkins:  
[www.jhuccp.org/node/755](http://www.jhuccp.org/node/755)

---

CAWST, Centre for Affordable Water and Sanitation Technology  
Calgary, Alberta, Canada  
Site Internet: [www.cawst.org](http://www.cawst.org) Email: [cawst@cawst.org](mailto:cawst@cawst.org)  
Dernière mise à jour: Septembre 2010