



Afri-Plastics  
Challenge

# Manuel du candidat



Campagnes  
Promouvoir le  
changement

[afri-plastics.challenges.org](http://afri-plastics.challenges.org)



**Afri-Plastics  
Challenge**

# Manuel du candidat



**Campagnes**  
Promouvoir le  
changement

---

<b>Section 1 : Introduction</b>	<b>3</b>
Acronymes/glossaire	3
Avant-propos	4
Qui est impliqué	5
Comment utiliser le manuel	6

---

<b>Section 2 : Le défi</b>	<b>7</b>
Le problème	7
Analyse et inclusion du genre	7
Domaines d'innovation possibles dans le secteur du problème	8
Aperçu des Prix des défis (méthodologie)	9
Déclaration de défi	9
Structure du défi et calendrier	10
Critères d'éligibilité et de jugement	13
Processus d'évaluation et de jugement	15

---

<b>Section 3 : Présentation d'une candidature</b>	<b>16</b>
Processus de candidature	16
Exigences en matière de rapports	17
Guide de candidature	18
Exemples/études de cas	19

---

# Section 1 : Introduction

## Acronymes/glossaire

**Défi (également connu sous le nom de Prix des défis)** – Un moyen d'encourager l'innovation en offrant une récompense à celui qui peut répondre le premier ou le plus efficacement à une question ou un problème défini. Il s'agit d'une incitation ou d'un « encouragement » à relever un défi spécifique, plutôt que d'une récompense pour des réalisations antérieures.

**La Cagnotte du Défi** – Le montant total d'argent disponible pour la distribution aux candidats d'un Défi.

**Une économie circulaire** – Alternative à l'économie linéaire conventionnelle. "Circulaire" signifie que la société garde les ressources en usage le plus longtemps possible, en extrait la valeur maximale pendant leur utilisation, puis récupère et régénère les produits et les matériaux à la fin de chaque vie utile.

**Les interventions en aval** – Les interventions en aval visent à empêcher la fuite des déchets plastiques dans l'environnement grâce à une meilleure gestion des déchets et au recyclage. Nous avons identifié plusieurs innovations à travers l'Afrique subsaharienne, notamment des modèles commerciaux qui intègrent la collecte des déchets et le recyclage des plastiques en produits à valeur ajoutée. Certaines des limites de ces initiatives incluent un manque d'incitations et de technologies pour collecter et recycler les plastiques de faible valeur, ainsi que des défis opérationnels qui posent des difficultés aux entreprises qui tentent de passer à l'échelle supérieure.

**Une conception centrée sur l'humain** – Une méthode innovante de conception de processus ou d'outils dans lesquels les personnes, et en particulier les utilisateurs finaux, sont placés au centre de la planification et de la conception en les impliquant directement à chaque étape du concept et du développement du produit/service.

**Les macro-plastiques** – Macro-plastiques : fragments de plastique de plus de 5 mm de long. Ils proviennent principalement de l'usage unique de

plastiques durables. Ces matériaux ont tendance à se répandre dans l'environnement terrestre et les océans dans les pays où les infrastructures de traitement des déchets sont moins efficaces.

**Les micro-plastiques** – Définis comme des particules de plastique d'un diamètre inférieur à 5 mm et supérieur à 1µm. Ces petites particules sont beaucoup plus répandues que les macro-plastiques et ont des voies d'accès plus subtiles à l'environnement.

**Les plastiques marins** – Les principales sources de plastique marin sont d'origine terrestre, provenant des eaux de ruissellement urbaines et pluviales, des débordements d'égouts, des visiteurs des plages, de l'élimination et de la gestion inadéquates des déchets, des activités industrielles, de la construction et des décharges illégales. Le plastique marin provient principalement de l'industrie de la pêche, des activités nautiques et de l'aquaculture.

**Le déchet plastique** – Tout type de résidu plastique qui a été jeté par son propriétaire ou qui est destiné à être jeté ou dont la mise au rebut est obligatoire.

**Le prototype** – Premier échantillon ou premier modèle d'un produit construit pour tester un concept, un processus ou une fonction. Un prototype a pour but d'agir comme un démonstrateur qui peut être reproduit ou dont on peut tirer des enseignements.

**Les petites et moyennes entreprises (PME)** – Généralement, une petite ou moyenne entreprise comptant moins de 250 employés.

**Les interventions en amont** – Les interventions en amont visent à traiter le problème de la pollution par les déchets plastiques à sa racine, en remplaçant le plastique par des matériaux alternatifs ou en éliminant complètement le besoin d'emballages à usage unique grâce à des modèles commerciaux innovants. Cependant, la plupart de ces actions sont soit en phase de développement, soit en cours de déploiement sur les marchés des pays à revenu élevé – avec plusieurs exceptions notables, notamment les systèmes de remplissage d'eau propre.

## Avant-propos

Le défi est divisé en trois volets :

Volet 1	Volet 2	Volet 3
 <p><b>Transposition à grande échelle</b> Accélérer la croissance</p>	 <p><b>Nouvelles idées</b> Créer des solutions</p>	 <p><b>Campagnes</b> Promouvoir le changement</p>
<p>Axé sur la transposition à plus grande échelle des innovations existantes</p>	<p>Axé sur le démarrage de nouvelles innovations</p>	<p>Axé sur le changement de comportement des individus et des communautés en matière de déchets plastiques.</p>

Ce manuel a été conçu pour les candidats souhaitant postuler au volet 3 : Promouvoir le changement. Les candidatures sont ouvertes pour le volet 3 le mercredi 08 décembre 2021 et se terminent le mercredi 16 février 2022 à 12h00 TU (13h00 WAT, 14h00 SAST, 15h00 EAT).



## Qui est impliqué

### Le bailleur de fonds

**Le gouvernement du Canada** est à l'avant-garde des efforts internationaux essentiels pour protéger l'environnement marin. En tant que pays ayant le plus long littoral au monde, le Canada a été le fer de lance de la Charte sur les plastiques dans les océans sous sa présidence du G7 en 2018. Ce projet est un élément du Fonds d'atténuation des déchets marins de 100 millions de dollars annoncé par le Premier ministre Trudeau lors du Sommet des dirigeants du G7 à Charlevoix en juin 2018. Le financement de l'initiative provient du Fonds des priorités d'aide internationale.

### La livraison

**Nesta Challenges** existe pour concevoir et gérer des prix des défis qui aident à résoudre des problèmes urgents qui manquent de solutions. Nous braquons les projecteurs là où cela compte et incitons les gens à résoudre ces problèmes. Nous sommes des partisans indépendants du changement pour aider les communautés à prospérer et inspirer les groupes de personnes les mieux placés et les plus diversifiés du monde entier à agir. Nous soutenons les idées les plus audacieuses et les plus courageuses pour qu'elles se concrétisent et amorcent un changement à long terme pour faire progresser la société et construire un avenir meilleur pour tous. Nous faisons partie de la fondation pour l'innovation, Nesta.

### La recherche

**Proportion Global** est une agence internationale de premier plan spécialisée dans la conception centrée sur l'humain, qui a plus de 11 ans d'expérience dans la conduite de recherches sur le concept dans les communautés à faible revenu dans le but d'innover pour un impact social. Proportion gère un réseau mondial de chercheurs locaux et de concepteurs stratégiques, qui aident les entreprises sociales, les ONG et les sociétés à innover pour avoir un impact social.

**Enviu** est un studio de création d'entreprises sociales dont la mission est de promouvoir une économie au service des personnes et de la planète. Enviu a l'ambition d'amener les marchés dysfonctionnels du plastique, du textile, du transport maritime et de l'agroalimentaire à devenir durables et inclusifs. Pour ce faire, l'entreprise conçoit, recherche et valide de nouveaux modèles économiques durables dans le monde entier. Au cours des 17 dernières années, Enviu a cofondé 20 entreprises sociales.

### Communications

**Africa Communications Media Group** a été créé pour répondre au besoin de solutions de communication complètes, adaptées à la culture et efficaces, structurées spécifiquement pour le paysage africain complexe et diversifié. ACG est la première agence panafricaine, détenue par des Africains, qui s'occupe de la communication de clients mondiaux dans le contexte africain avec :

- 40 ans d'expérience combinée en communication stratégique.
- Adaptée à la culture et axée sur la recherche : #WeKnowAfrica
- Des spécialistes de la communication intégrée.

**Seven Consultancy** travaille avec des start-up, des scale-up, des entreprises mondiales et des organisations du secteur public pour améliorer leur réputation et les aider à se développer grâce à des communications authentiques et ciblées.

En tant que spécialistes des relations publiques dans le domaine de la technologie, de l'innovation et de la disruption positive – de fintech à healthtech, de la govtech à l'éducation – l'équipe très expérimentée de Seven développe des campagnes créatives pour assurer un véritable positionnement et un leadership éclairé axé sur l'impact qui fait évoluer les objectifs, et met de nouvelles marques sur le marché grâce à un engagement fort des médias et des parties prenantes.

## Sensibilisation

**Blue Globe Innovation** est un cabinet de conseil en innovation spécialisé dans les grands défis, les prix de reconnaissance et d'incitation, le soutien aux PME, l'accès à l'énergie et la promotion de l'innovation ouverte. Ils travaillent avec des partenaires à travers le monde dans le but ultime d'engager les communautés à explorer des idées et à créer des plateformes pour des solutions innovantes. Avec une approche globale et une passion pour les initiatives les plus avant-gardistes, nous aidons nos clients à exploiter le pouvoir de la foule. Avec plus de 20 ans d'expérience en matière de programmes et de prix, Blue Globe Innovation est l'une des principales organisations à concevoir des prix dans le monde entier et à mener des programmes de sensibilisation en Afrique.

**AfriLabs** est le plus grand réseau panafricain de centres de technologie et d'innovation en Afrique. Il compte actuellement 268 pôles avec 298 centres répartis dans 112 villes de 49 pays africains. Avec une communauté combinée de plus d'un million de membres, composée d'accélérateurs, d'incubateurs et de start-up, AfriLabs soutient les pôles d'innovation africains et leurs communautés d'innovateurs afin de les aider à créer des innovations et des entreprises plus durables et fructueuses qui sont pertinentes dans l'économie africaine et mondiale actuelle.

## Comment utiliser le manuel

Bienvenue au Afri-Plastics Challenge. Ce document, ainsi que la Foire aux questions (FAQ) et les Conditions générales vous fourniront toutes les informations dont vous avez besoin pour participer au premier volet du défi, notamment :

- Le contexte et les objectifs du défi
- La structure et le calendrier du défi
- Qui peut postuler et le processus de candidature
- Ce qui est requis pour participer.

Nous encourageons vivement tous les candidats à lire l'intégralité du manuel ainsi que l'intégralité des conditions générales avant de participer au défi.

Si vous avez lu le manuel et la Foire aux questions et que vous avez d'autres questions, veuillez contacter l'équipe à l'adresse [afriplastics@challenges.org](mailto:afriplastics@challenges.org)

# Section 2 : Le défi

---

## Le problème

Ces dernières années, la demande de plastique a considérablement augmenté en Afrique subsaharienne et devrait suivre la même trajectoire au cours des prochaines décennies. L'une des estimations les plus populaires<sup>1</sup> fait état d'une croissance de 375% en Afrique subsaharienne et dans la région Moyen-Orient et l'Afrique du Nord (MOAN) réunies, contre une moyenne mondiale de 210% d'ici 2060. Selon cette tendance, l'Afrique subsaharienne devrait devenir la région dominante au niveau mondial en termes de production totale de déchets.<sup>2</sup>

Cette situation est encore exacerbée par les taux élevés de mauvaise gestion des déchets.<sup>3,4</sup> Le taux moyen de collecte des déchets solides municipaux en Afrique subsaharienne est estimé à 44% (bien qu'il y ait une variabilité considérable entre les villes, avec des taux allant de moins de 20% à plus de 90%). Selon les prévisions du Programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE), le taux moyen de collecte sur le continent devrait passer à 69%. Si une part importante des déchets mal gérés est constituée de déchets organiques humides, les déchets plastiques représentent 13% du total, ce qui est supérieur à la moyenne mondiale de 10%.<sup>5</sup>

Le modèle linéaire actuel de consommation et d'élimination des déchets est l'un des principaux obstacles à surmonter pour atténuer ces problèmes croissants et construire un avenir circulaire à long terme.

Pour y parvenir, il faut consolider les systèmes de gestion des déchets, développer le recyclage et proposer des alternatives abordables et pratiques au plastique. En outre, le changement de comportement et l'engagement communautaire sont des conditions cruciales pour que ces efforts aient un impact maximal.

Les dynamiques complexes qui sous-tendent les comportements liés aux déchets plastiques, tant au niveau individuel que collectif, nécessitent des solutions innovantes qui vont au-delà de l'information et de la sensibilisation, et incitent à une action significative.

## Analyse et inclusion du genre

L'Afri-Plastics Challenge vise à réduire les plastiques marins dans les pays d'Afrique subsaharienne en développant et en transposant à plus grande échelle des solutions innovantes à la mauvaise gestion des plastiques d'une manière qui favorise l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes et des filles.

---

1. UNEP (2018). Africa Waste Management Outlook. United Nations Environment Programme, Nairobi, Kenya.
2. UNEP (2018). Africa Waste Management Outlook. United Nations Environment Programme, Nairobi, Kenya.
3. Ayeleru, Olusola Olaitan, Sisanda Dlova, Ojo Jeremiah Akinribide, Freeman Ntuli, Williams Kehinde Kupolati, Paula Facal Marina, Anton Blencowe, and Peter Apata Olubambi. "Challenges of Plastic Waste Generation and Management in Sub-Saharan Africa: A Review." *Waste Management* 110 (June 2020): 24–42.
4. Godfrey, L., Tawfic Ahmed, M., Giday Gebremedhin, K., H.Y. Katima, J., Oelofse, S., Osibanjo, O., Henning Richter, U. and H. Yonli, A., 2021. Solid Waste Management in Africa: Governance Failure or Development Opportunity?
5. UNEP (2018). Africa Waste Management Outlook. United Nations Environment Programme, Nairobi, Kenya.

Les femmes jouent un rôle important en tant qu'innovatrices et travailleuses dans le secteur de la gestion des déchets, en particulier dans le secteur informel. Ce défi est conçu pour aider à promouvoir l'égalité des sexes et à s'attaquer à certains des obstacles auxquels les femmes sont actuellement confrontées dans ce secteur.

## Domaines d'innovation possibles dans le secteur du problème

Bien que la question de la pollution plastique marine ait pris de l'importance ces dernières années, nous devons veiller à ce que la sensibilisation se traduise par des actions et un changement de comportement à long terme, tant au niveau individuel que collectif.

Il est possible d'explorer des moyens nouveaux et créatifs de relever ces défis, par exemple en utilisant des coups de pouce et des connaissances issues de la science du comportement pour s'attaquer à des goulets d'étranglement spécifiques dans la manière dont les gens se débarrassent de leurs déchets plastiques, ou en recourant à des incitations innovantes et à des stratégies de ludification pour combler le fossé entre la sensibilisation au problème et la motivation à agir. En outre, la narration et d'autres méthodes créatives de formulation et de diffusion des informations pourraient contribuer à renforcer l'engagement des publics clés et à inciter les communautés à agir.

Les stratégies d'engagement innovantes telles que celles décrites ci-dessus peuvent jouer un rôle clé dans la réalisation d'une transformation significative de la chaîne de valeur du plastique. Il est donc important de tester et de prouver leur efficacité, de créer des partenariats avec d'autres acteurs pertinents de l'écosystème qui peuvent amplifier leur impact (tels que les dirigeants communautaires, les autorités locales ou les entreprises), de s'assurer qu'elles fonctionnent bien dans leurs contextes locaux et culturels, et de les aligner sur d'autres objectifs complémentaires tels que l'autonomisation des femmes et des filles.



## Aperçu des Prix des défis (méthodologie)

Les Prix des défis sont une méthode éprouvée pour soutenir l'innovation. Ils offrent une récompense à ceux qui sont les premiers à relever un défi défini ou qui le font le plus efficacement. Ils constituent une incitation à relever un défi spécifique, plutôt qu'une récompense pour des réalisations antérieures. Les défis sont également un moyen de lancer un défi au-delà des « habitués », facilitant ainsi l'engagement et la participation de tous ceux qui peuvent résoudre le défi.

## Déclaration de défi

Le volet 3 de l'Afri-Plastics Challenge, intitulé "Promouvoir le changement", vise à atteindre les objectifs suivants :

**Nous cherchons à créer des campagnes, des programmes, des outils et d'autres interventions créatives qui changeront le comportement des individus et des communautés à l'égard des déchets plastiques en Afrique subsaharienne, et contribueront à l'autonomisation des femmes et des filles.**

**Les candidats retenus utiliseront des stratégies d'engagement innovantes telles que les stimuli, la gratification, les incitations et les récits, ainsi que des informations sur les rôles que les femmes et les filles jouent dans la chaîne de valeur. À la fin du défi, les meilleures solutions auront généré des preuves de changement dans le comportement des individus et des communautés autour d'un ou plusieurs des éléments suivants :**

- ✓ La réduction des déchets dangereux
- ✓ Le choix d'options réutilisables
- ✓ La ségrégation des déchets plastiques
- ✓ Refuser le plastique à usage.

## Structure du défi et calendrier

Un aperçu de la structure du Volet 3 est présenté ci-dessous, soulignant les étapes clés ainsi que le soutien financier et non financier qui sera fourni aux candidats.

Le volet 3 de l’Afri-Plastics Challenge, intitulé “Promouvoir le changement”, se concentre sur le changement de comportement en matière de déchets plastiques. Ce volet se compose de trois phases distinctes.



**Campagnes**  
Promouvoir le  
changement

### Entrée initiale

- ✓ **Qui** : Les candidats intéressés de toute l’Afrique subsaharienne (voir plus loin dans ce manuel pour plus de détails sur les critères d’éligibilité).
- ✓ **Quoi** : Soumettre un formulaire de candidature en ligne (voir la section 3 de ce manuel pour plus de détails). Les inscriptions seront ouvertes le 8 décembre 2021 et les candidatures doivent être reçues avant la **date limite du 16 février 2022 à 12 heures TU (13 heures WAT, 14 heures SAST, 15 heures EAT)**. Les inscriptions tardives ne seront pas acceptées.
- ✓ **Quand** : Du 8 décembre 2021 au 16 février 2022 à 12h TU.
- ✓ **Résultat** : Les candidatures seront évaluées par des évaluateurs et des juges indépendants en fonction des critères (voir plus loin dans ce manuel pour plus de détails sur les critères). 30 demi-finalistes seront sélectionnés pour aller de l’avant dans le défi.

### Phase de demi-finale

- ✓ **Qui** : 30 demi-finalistes.
- ✓ **Quoi** : Participation à un hackathon numérique suivi de 5 semaines de soutien au renforcement des capacités pour aider à consolider les plans de développement de solutions. Des subventions de 5.000 £ seront accordées aux demi-finalistes pour les soutenir dans le développement et la validation de leurs solutions.
- ✓ **Quand** : avril 2022 à mai 2022
- ✓ **Résultat** : À la fin de cette phase, les 30 demi-finalistes devront soumettre un plan de

développement détaillé ainsi qu’une vidéo de présentation pour être évalués par les juges en fonction des critères (voir plus loin dans ce manuel pour plus de détails sur les critères). 15 finalistes seront sélectionnés pour aller plus loin dans le Challenge.

### Phase finaliste

- ✓ **Qui** : 15 finalistes.
- ✓ **Quoi** : Participation à une phase de stratégie de développement et de mise en œuvre approfondie de 7 mois. Au cours de cette phase, les finalistes bénéficieront d’une gamme de soutien au renforcement des capacités, en fonction de leurs besoins individuels. Ils recevront également une subvention de 50.000 £ pour mettre en œuvre leurs plans de développement pendant cette phase.
- ✓ **Quand** : De fin juin 2022 à fin janvier 2023.
- ✓ **Résultat** : À la fin de cette phase, les 15 finalistes devront soumettre un rapport et un plan détaillés décrivant les progrès réalisés par rapport à leurs plans, ainsi qu’une vidéo de présentation qui sera évaluée par les juges en fonction des critères (voir plus loin dans ce manuel pour plus de détails sur les critères). 3 gagnants seront sélectionnés.

### Les gagnants

- ✓ **Qui** : 3 gagnants
- ✓ **Quoi** : Les trois lauréats sélectionnés recevront chacun une subvention de 250.000 £.

## Le soutien non-financier

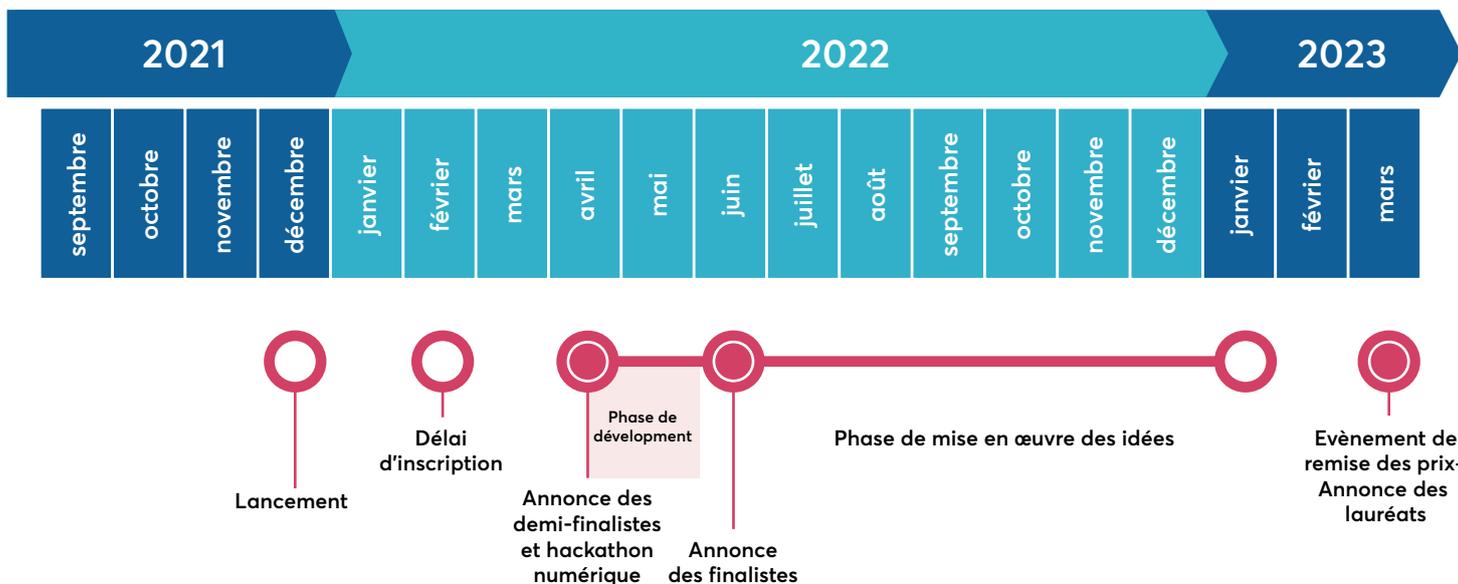
Le type et/ou le niveau de soutien fourni variera en fonction des différents niveaux d'expérience, de capacités et de besoins. Toutefois, un soutien non financier de base sera fourni à tous les innovateurs.

Au cours de la période d'inscription, le soutien sera axé sur la facilitation des partenariats entre les candidats, le cas échéant, ainsi que sur l'offre d'un soutien aux candidatures et de ressources pour garantir l'équité et l'inclusion des groupes d'innovateurs sous-représentés.

Parmi les autres types de soutien qui pourraient être apportés aux innovateurs sélectionnés pour participer au défi, citons :

- ✓ Une formation sur la sensibilité au genre.
- ✓ Un mentorat 1 : 1
- ✓ Une assistance technique sur la chaîne de valeur des plastiques et l'économie circulaire.
- ✓ Une conception centrée sur l'humain (CCH), y compris la cartographie des parties prenantes et les tests utilisateurs.
- ✓ La formation sur l'impact et le suivi et l'évaluation.
- ✓ L'image de marque et les communications.
- ✓ Le leadership en gestion.
- ✓ Les partenariats et la collaboration.
- ✓ Le développement commercial
- ✓ Le soutien financier et juridique
- ✓ La préparation à l'investissement.

Le diagramme ci-dessous présente le calendrier des phases d'activité du volet 3 : Promouvoir le changement :



Le tableau ci-dessous présente les principaux jalons et les dates correspondantes pour le volet 3 : Promouvoir le changement. **Les candidats doivent s'assurer qu'ils sont disponibles pour participer à chaque étape du défi.**

Volet 3 Jalons	Dates du volet 3
Lancement (ouverture des candidatures)	Le mercredi, 8 décembre 2021
Date limite d'inscription	Le mercredi, 16 février 2022
Annonce publique des demi-finalistes	Le mercredi, 06 avril 2022
Intense hackathon numérique	Le mercredi, 20 avril 2022
Soumission des demi-finalistes + présentation vidéo enregistrée	Le lundi, 23 mai 2022
Questions et réponses des juges avec les demi-finalistes <sup>1</sup>	Le mardi, 14 juin 2022
Annonce publique des finalistes	Le mercredi, 22 juin 2022
Soutien approfondi au développement + soutien à la mise en œuvre pour les finalistes	De juin 2022 à janvier 2023
Les finalistes du volet 3 soumettent leurs rapports et plans de développement	Le mardi 28, février 2023
Remise des prix + annonce publique des lauréats	Le mercredi 22, mars 2023



La photographie : unsplash.com

6. Le format de cette séance de questions/réponses sera communiqué à l'approche de l'événement.

## Critères d'éligibilité et de jugement

Cette section décrit les critères selon lesquels les candidatures seront évaluées et jugées tout au long du processus du défi. Il existe un ensemble de critères d'éligibilité qui indique qui peut postuler au défi.

En outre, il y a 5 critères de jugement par rapport auxquels les candidatures éligibles seront évaluées. Les informations fournies ci-dessous ont pour but d'aider les candidats à comprendre ce que les juges rechercheront au moment de prendre leurs décisions.

### Les Critères d'éligibilité

- Les candidats doivent avoir une idée nouvelle ou en phase de démarrage.
- Les idées doivent être centrées sur l'Afrique subsaharienne.
- Les candidats peuvent être formellement constitués et opérer en Afrique subsaharienne en tant qu'entreprise ou ONG enregistrée, mais les candidatures d'individus et de groupes communautaires seront également acceptées.
- Les candidats peuvent être un individu, une entité unique (organisation ou groupe communautaire), un partenariat africain ou un partenariat international. Pour les demandes de partenariat, le demandeur principal désigné doit opérer en Afrique subsaharienne.
- Les candidats doivent posséder ou être autorisés à utiliser la propriété intellectuelle pertinente incluse dans leurs candidatures. Si votre candidature propose une nouvelle idée, alors Nesta s'attendrait à ce que vous soyez propriétaire de toute la propriété intellectuelle qui en résulte, qui pourrait être enregistrée sur une base locale si vous devenez un participant gagnant du défi. Nesta n'est pas en mesure de vous donner des conseils juridiques spécifiques sur la protection ou l'exploitation de la propriété intellectuelle.

### Les critères de jugement

**Innovation : L'idée propose-t-elle une approche innovante pour changer le comportement des individus et des communautés face aux déchets plastiques en Afrique subsaharienne ?**

- Nous allons évaluer :
  - Dans quelle mesure l'idée offre-t-elle un moyen nouveau/adapté de générer un changement dans l'un des comportements cibles ?
  - L'idée s'appuie-t-elle sur un problème clairement identifié qui nécessite un changement de comportement ?
  - L'idée démontre-t-elle une solide compréhension du ou des comportements qu'elle ciblera ?
  - L'idée est-elle significativement différente de ce qui a déjà été testé, et bénéficiera-t-elle d'un pilotage, d'un test et d'une mise en évidence ?

**Efficacité : L'idée démontre-t-elle le potentiel de générer un changement significatif dans le comportement des individus et des communautés concernant les déchets plastiques en Afrique sub-saharienne ?**

➤ **Nous allons évaluer :**

- Quel est l'impact estimé que l'idée aura sur le comportement des individus et des communautés ?
- La portée et l'ampleur du problème que l'idée prévoit de traiter, et dans quelle mesure le comportement ciblé contribue au problème de la pollution plastique marine.
- Comment l'équipe saura-t-elle si la solution a eu l'impact souhaité ?
- La viabilité de l'idée et son potentiel à être reproduite dans d'autres contextes à travers l'Afrique subsaharienne.

**Perspicacité : L'idée vise-t-elle à inciter les publics cibles à générer et à exploiter des preuves de son impact ?**

➤ **Nous allons évaluer :**

- Quels sont les plans pour tester et expérimenter l'idée, ainsi que pour établir des preuves autour de son impact et de son efficacité ?
- Quels sont les plans pour impliquer les publics cibles, les parties prenantes et les utilisateurs finaux potentiels tout au long du processus de test et de développement ?
- La solution a-t-elle envisagé les impacts négatifs potentiels qu'elle pourrait avoir, ce qu'ils pourraient être et comment ils pourraient être traités ?

**Autonomisation des femmes et des filles : L'idée vise-t-elle à contribuer à l'autonomisation des femmes et des filles ?**

➤ **Nous allons évaluer :**

- Les opportunités potentielles d'engager les femmes et les filles dans l'idée (par exemple en tant que micro-entrepreneurs, employées, audiences, personnes influentes clés, leaders, etc.)
- Comment l'idée engagera activement les femmes et les filles pour comprendre leurs besoins, et comment ces besoins diffèrent de ceux des hommes et des garçons.
- Dans quelle mesure l'idée reconnaît les défis auxquels les femmes et les filles sont confrontées lorsqu'elles participent à des initiatives d'atténuation de la pollution plastique et à des initiatives d'engagement connexes (par exemple, en tant que micro-entrepreneurs, employées, auditoires, personnes d'influence clés, leaders, etc.), et de quelle manière l'équipe s'attaquera activement à ces défis.

### La Capacité : Le candidat dispose-t-il d'un ensemble de compétences et de capacités pertinentes pour réussir ?

➤ Nous allons évaluer :

- Si le candidat dispose de la capacité et des ressources plus larges pour développer l'idée jusqu'au stade pilote et, si ce n'est pas le cas, s'il existe un plan immédiat pour rassembler et mobiliser la capacité et les ressources afin de combler les éventuelles lacunes actuelles.
- Si le candidat a réfléchi à tous les risques potentiels liés au développement de son idée jusqu'au stade pilote.
- Si le candidat a évalué toute opportunité potentielle de partenariat futur.

## Processus d'évaluation et de jugement

Après la date limite du 16 février 2021 à 12h00 TU (13h00 WAT, 14h00 SAST, 15h00 EAT), toutes les candidatures pour le volet 3 d'Afri-Plastics Challenge : Promouvoir le changement seront évaluées par rapport aux critères d'éligibilité et de jugement par des assesseurs qualifiés. Ces informations seront fournies au jury indépendant qui fera des recommandations sur les candidatures qui devraient recevoir un financement et progresser dans le cadre du défi.

Vous pouvez vous attendre à recevoir des informations sur le statut de votre demande en avril 2022.



La photographie : unsplash.com

# Section 3 : Présentation d'une candidature

## Processus de candidature

Toutes les candidatures pour le volet 3 de l'Afri-Plastics Challenge : Promouvoir le changement doivent être soumises avant le **mercredi, 16 février 2022, 12 heures TU (13 heures WAT, 14 heures SAST, 15 heures EAT)**, en utilisant le formulaire de candidature en ligne (Submittable) disponible sur le [site web du prix](#). L'organisation, qui dirige tout partenariat ou consortium, devra soumettre ce formulaire.

Avant de soumettre votre inscription, veuillez vous assurer que :

- Vous avez lu et compris les [conditions générales](#) du défi et la [politique de confidentialité](#).
- Votre candidature est conforme à la déclaration du challenge et aux critères d'évaluation.
- Vous répondez aux critères d'éligibilité.

Le formulaire de candidature peut être téléchargé à partir de ce document pour vous aider à développer et à collaborer sur vos réponses avant de remplir la version en ligne. Nous souhaitons nous assurer que le processus de candidature est aussi efficace et pratique que possible, afin de faciliter l'accès des organisations, en particulier des petites entreprises. Si vous rencontrez des difficultés avec le processus de soumission, veuillez envoyer un courriel à l'équipe à l'adresse [afriplastics@challenges.org](mailto:afriplastics@challenges.org) dès que possible.

**Toutes les candidatures pour le volet 3 de l'Afri-Plastics Challenge : Promouvoir le changement doivent être soumises en ligne via Submittable avant la date limite du 16 février 2022 à 12 heures TU afin d'être acceptées comme participation.**

**Les candidatures tardives ne seront pas acceptées.**

[Cliquez ici pour le formulaire de demande](#)

## Exigences en matière de rapports

Ces informations ne seront pas utilisées dans la prise de décision des juges.

Il s'agit notamment de :

- Suivi de certaines informations démographiques spécifiques sur votre organisation
- Suivi de certaines informations démographiques spécifiques sur vos parties prenantes (par exemple, travailleurs, bénéficiaires, clients et utilisateurs finaux) (y compris le sexe).

Cela nous aidera à comprendre qui le défi atteint et soutient. Rapport sur la phase de candidature :

- En moyenne, combien d'heures de travail par semaine les femmes contribuent-elles actuellement à la collecte ou à la transformation du plastique ?
- Quel est le stade actuel de développement de votre solution ?

Si l'on choisit d'aller de l'avant, d'autres exigences en matière de rapports seront communiquées.



La photographie : unsplash.com

## Données démographiques de l'équipe chargée de la solution

Ces informations ne seront pas utilisées dans la prise de décision des juges.

Nous souhaitons recueillir des données démographiques confidentielles pour votre équipe dans le cadre de notre engagement à attirer un groupe diversifié de candidats et pour contribuer à l'évaluation du programme. Le formulaire devrait prendre environ 1 à 2 minutes de votre temps. Le formulaire est confidentiel. Aucune des questions n'est obligatoire. Les informations recueillies dans le cadre de cette enquête n'auront aucune incidence sur la candidature de votre équipe et sont conservées séparément de la candidature.

## Guide de candidature

### Une conception centrée sur les personnes (besoins des utilisateurs)

Il est important de se rappeler qu'au cœur de l'approche et de la mise en œuvre de votre solution se trouvent les personnes et les communautés que vous avez l'intention de servir.

Il est donc important de prendre en compte les personnes dans votre planification de manière significative. La conception centrée sur l'homme est un exemple de la façon dont vous pouvez le faire.

La conception centrée sur l'homme consiste à comprendre et à développer de l'empathie avec les personnes que vous allez impliquer et influencer. Elle vous donne l'occasion de :

- Etablir des rapports
- Apprendre des communautés sur leurs expériences et leurs besoins au quotidien.
- Comprendre plus directement comment la surchauffe dans leurs maisons/lieu de travail/éducation/espaces sociaux, etc. les affecte.
- Comprendre ce qu'ils pensent de ce que vous avez l'intention de faire dans leur communauté.
- Mieux comprendre comment ils pourraient vouloir être engagés dans ce que vous faites.
- Comprendre quels pourraient être certains des obstacles à vos méthodes de travail prévues.
- Mieux comprendre le type de différence que vous pourriez faire dans la vie des gens.
- Vous aider à envisager la manière dont vous pouvez mesurer l'impact de ce que vous faites.

## Exemples/études de cas

Vous trouverez ci-dessous quelques brèves études de cas de solutions qui utilisent des stratégies d'engagement innovantes pour résoudre divers problèmes environnementaux. Veuillez noter qu'il s'agit d'exemples utiles et qu'ils ne doivent pas être considérés comme les seuls types d'approches sur lesquels les participants peuvent se baser pour postuler au prix. De plus, bien que ces exemples soient variés, veuillez noter que les contributions doivent être adaptées à la déclaration du défi pour être éligibles à l'Afri-Plastics Challenge.

Le **laboratoire d'accélérateur du Programme des Nations unies pour le développement (PNUD) au Ghana** a utilisé des connaissances comportementales pour comprendre comment les individus prennent des décisions en matière de recyclage et a conçu une série de coups de pouces visant à modifier le comportement des gens.

Le **Drawdown Ecochallenge** est un programme d'engagement innovant qui fournit des outils et des conseils aux équipes qui sont en compétition autour d'actions contribuant à la réduction des émissions de carbone.

L'organisation à but non lucratif **Day of Adaptation** a créé un jeu de société qui offre une alternative moins abstraite, plus positive et engageante pour communiquer sur le changement climatique.

La **Well Worn Theatre Company** crée des pièces de théâtre centrées sur des thèmes liés à la durabilité, présentant des questions sociales et écologiques urgentes d'une manière accessible et engageante. Vous trouverez ci-dessous de brèves études de cas d'organisations qui contribuent à réduire la dépendance au plastique par des stratégies en amont, mais veuillez noter qu'il s'agit d'exemples utiles et qu'ils ne doivent pas être considérés comme les seuls types d'organisations qui peuvent postuler au prix.



58 Victoria Embankment  
London EC4Y 0DS

+44 (0)20 7438 2500

[afriplastics@challenges.org](mailto:afriplastics@challenges.org)

[afri-plastics.challenges.org](http://afri-plastics.challenges.org)

Nesta est un organisme de bienfaisance enregistré en Angleterre et au Pays de Galles sous le numéro d'entreprise 7706036 et le numéro d'organisme de bienfaisance 1144091. Enregistré en tant qu'organisme de bienfaisance en Écosse sous le numéro SCO42833. Siège social : 58 Victoria Embankment, Londres, EC4Y 0DS.

