

Évaluation de produits et services clés d'eau, hygiène et assainissement (EHA)

Présentation des résultats principaux de la collecte de données n°2

Février 2021

ORDRE DU JOUR

1. Le projet en bref

Objectifs

Cycle

Portée

Méthodologie

Produits et Services suivis

2. Résultats clés (cycle 2)

Prix médians

Distribution des prix

Evolution des prix

Ruptures de stocks



01

LE PROJET EN BREF

OBJECTIFS

Objectifs de l'initiative

Suite à une demande du secteur EHA et grâce à un financement du Fonds des Nations unies pour l'enfance (UNICEF), REACH et des partenaires du secteur ont mis en place un **système de suivi des produits et services d'EHA sur les marchés**, dans le but :

- **D'informer** les acteurs humanitaires des tendances relatives aux prix et à la disponibilité de cinq (5) produits et services dans les localités Haïtiennes de manière pertinente et précise ;
- Afin de **guider le design et la planification des réponses**, en particulier du secteur EHA.



Dissémination
de produits
d'information

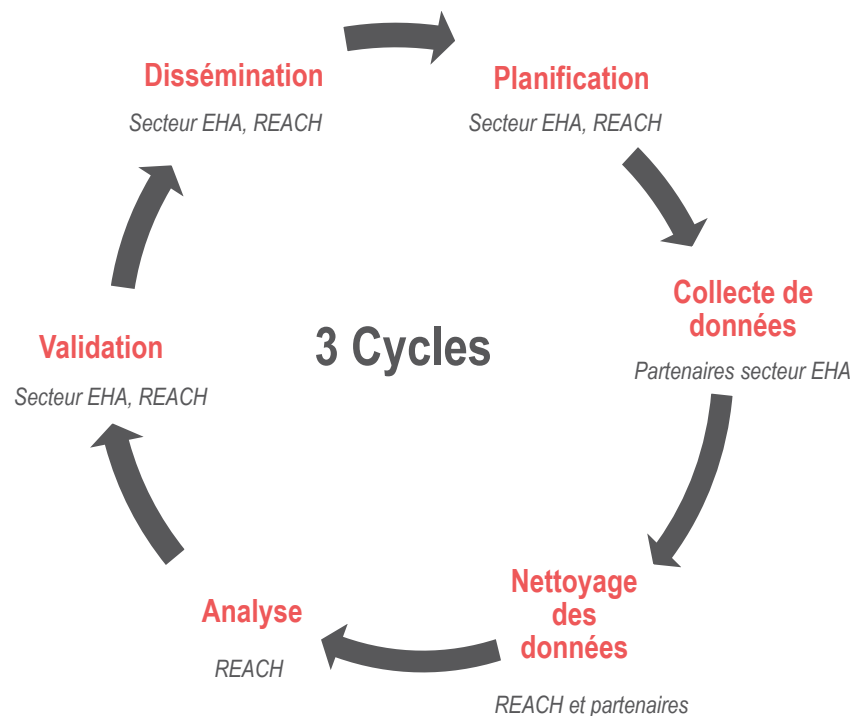
Accès à des
données
contextuelles

Amélioration de
la réponse

CYCLES

Déroulement d'un cycle

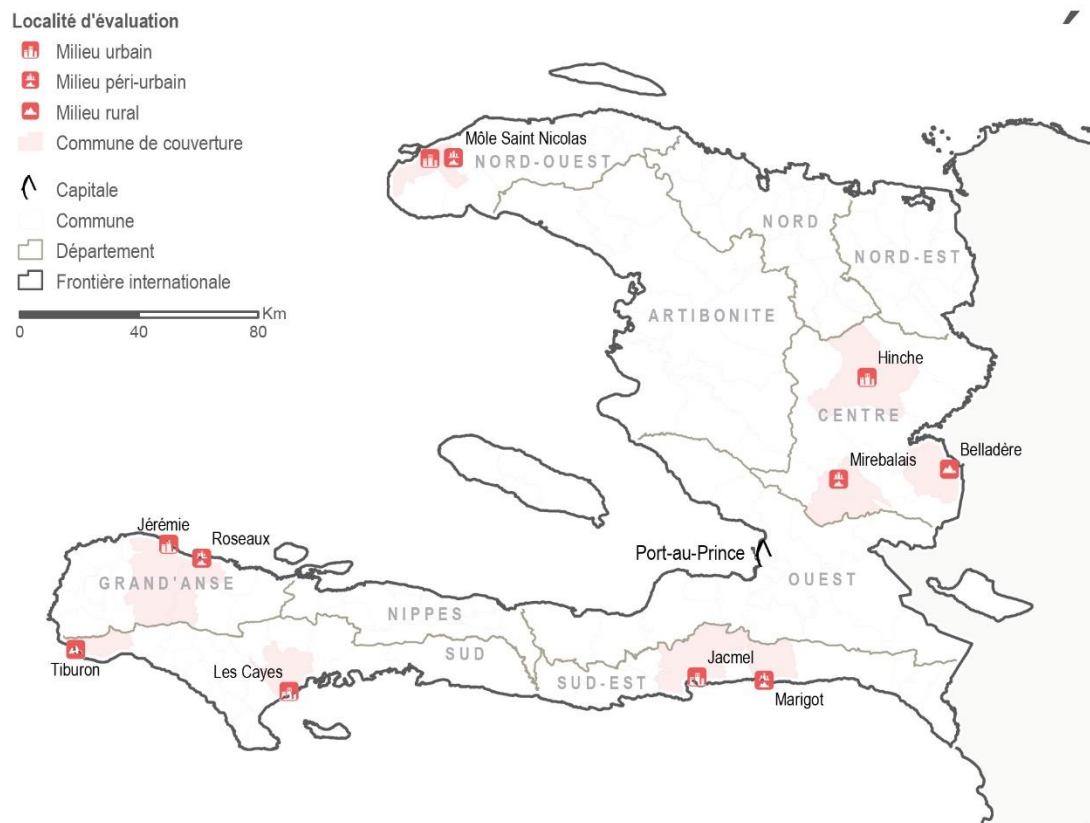
Dans le cadre de cette initiative, 3 cycles sont prévus, allant de la planification à la dissémination des résultats :



La collecte de données du cycle 2 a eu lieu du 7 au 16 février 2020.

PORTÉE

L'étude a été réalisée grâce à la participation de différents acteurs humanitaires et en particulier les partenaires du secteurs EHA, qui apportent un soutien stratégique et opérationnel clé. Pour la 2^{ème} collecte de données, **4 organisations et institutions partenaires** ont collecté des données, dans 5 départements :



MÉTHODOLOGIE



CIBLAGE

Les données sont collectées à partir d'un échantillon "ciblé", en face-à-face et au téléphone, auprès de magasins, fournisseurs de services de camions d'eau et kiosques accessibles aux populations vulnérables.

Lors du **2^{ème} cycle de collecte de données**, un total de **141** personnes ont répondu à l'enquête.



TEMPORALITE

Les enquêtes sont réalisées en moyenne tous les deux mois (total de 3 collectes), et sont suivies par le nettoyage, l'analyse, la validation et la dissémination des résultats.

La collecte du cycle 2 a eu lieu **du 7 au 16 décembre 2020**.



OUTILS

Les enquêtes sont effectuées à partir d'un questionnaire chargé sur mobile/tablette à l'aide du logiciel *Kobo*, ce qui contribue à la collecte de données de qualité.

Une formation a été effectuée auprès des partenaires le 1^{er} décembre 2020 en vue de la préparation du cycle 2.



ZONES EVALUEES

L'initiative vise à couvrir plusieurs départements, et à la fois des zones rurales et urbaines.

Lors du **2^{ème} cycle de collecte de données**, **9** communes ont été couvertes, dans **5** départements du pays.



LIMITES : L'échantillonnage n'étant pas basé sur l'ensemble des commerçants/marchés du pays, les données ne peuvent pas être considérées comme représentatives au niveau national, elles ont donc vocation à être indicatives.

PRODUITS ET SERVICES SUIVIS

Produits EHA

Eau en bidon	5 gal
Savon	75 g
Eau de javel*	1 L

Traitement de l'eau:

• Gayen Dlo	240 mL
• Aquajif	500 mL



Services EHA

Camion d'eau (livraison dans une limite de 10 km)	3000 gal
---	----------



* Le nettoyage des données a révélé que dans certaines communes les enquêteurs ont considéré le chlore liquide au lieu de l'eau de javel pour la collecte des prix. Le chlore liquide a donc été ajouté à l'analyse pour les communes concernées.

02

RÉSULTATS CLÉS

PRIX MÉDIANS

Les prix médians ont été calculés pour les produits et services évalués, pour obtenir une mesure de centralité permettant d'éviter les valeurs extrêmes.

Prix médians au niveau national (HTG)

Eau en bidon (5 gal)	Savon (75 g)	Eau de javel (1 gal)	Chlore liquide (1 L)	Camion d'eau (3000 gal)
50	25	125	75	3500
N*=48	N=74	N=17	N=10	N=27

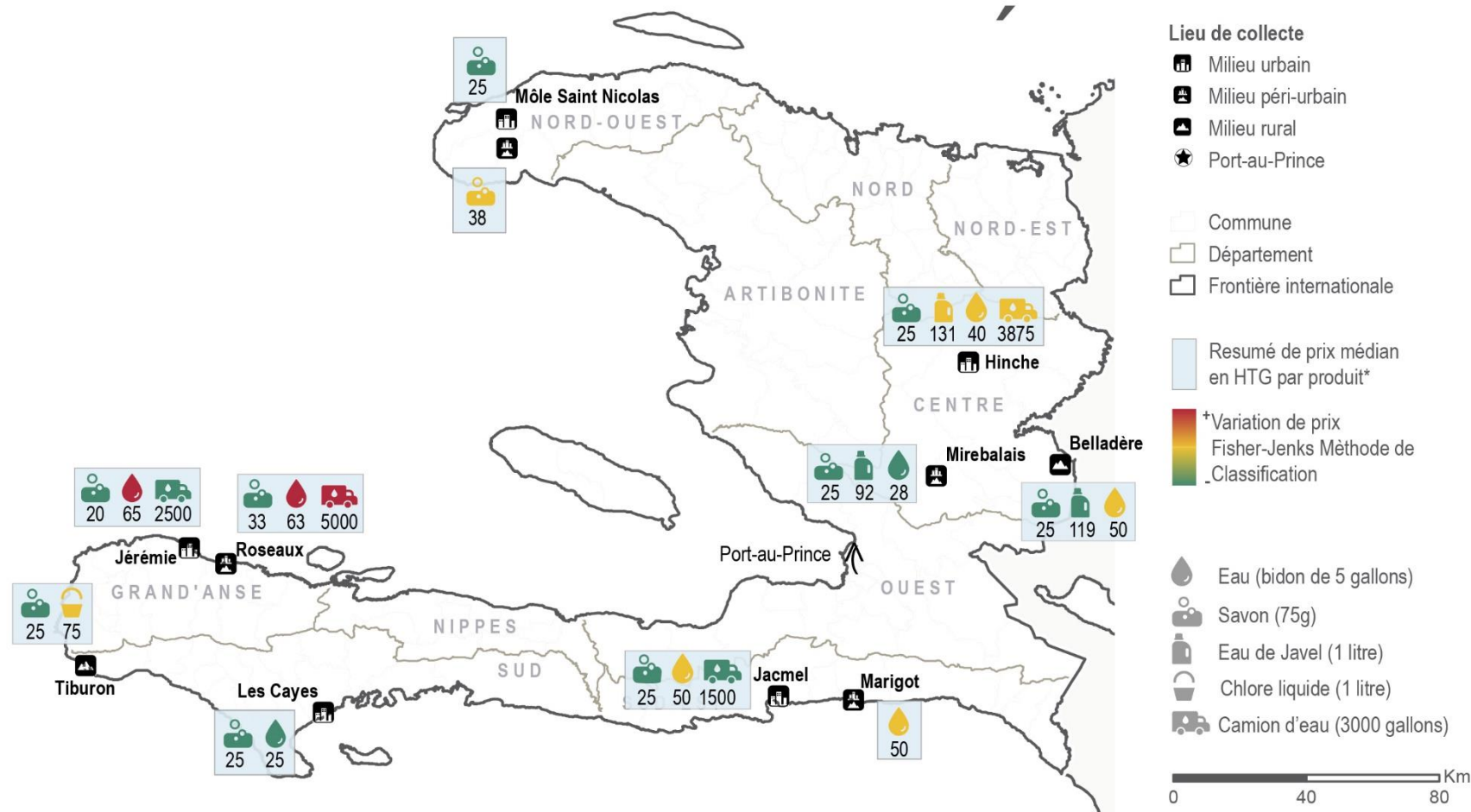
Prix médians par type de milieu (HTG)

Type de localité	Bidon d'eau (5 gal)	Savon (75 g)	Eau de javel (1 L)	Chlore (1 L)	Camion d'eau (3000 gal)
Urbaine	40	25	132	NA**	2500
Péri-urbaine	50	28	92	NA**	5000
Rurale	50	25	119	75	3500

* N : nombre d'observations collectées pour chaque produit

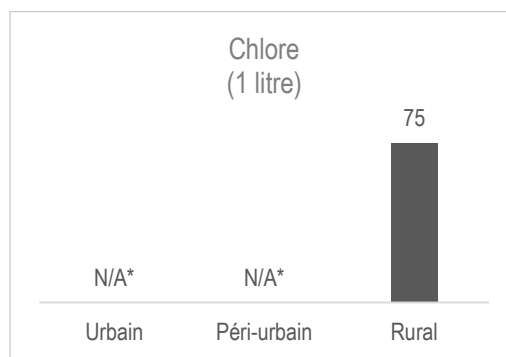
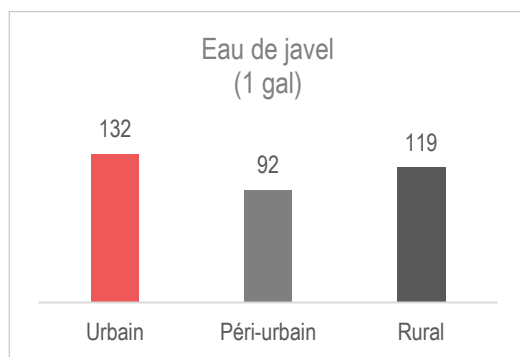
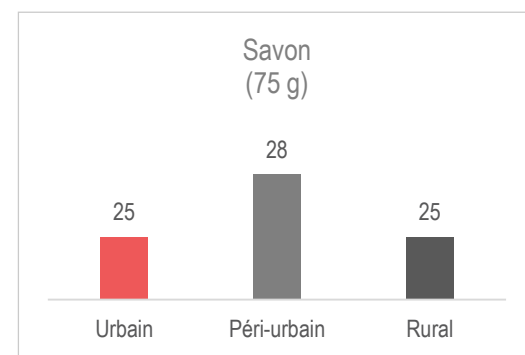
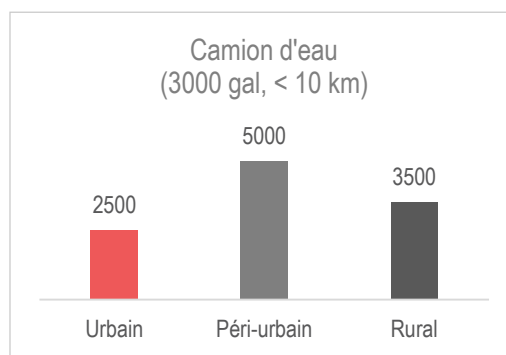
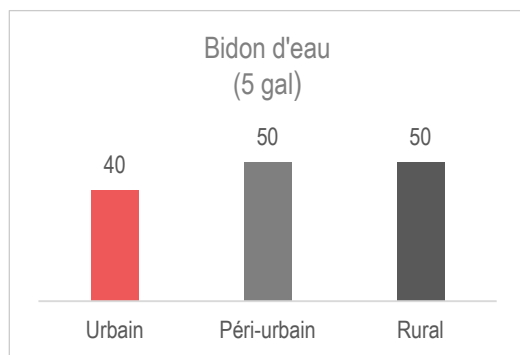
** NA : données insuffisantes pour permettre le calcul des prix médians

PRIX MÉDIANS PAR ZONES



PRIX MÉDIANS

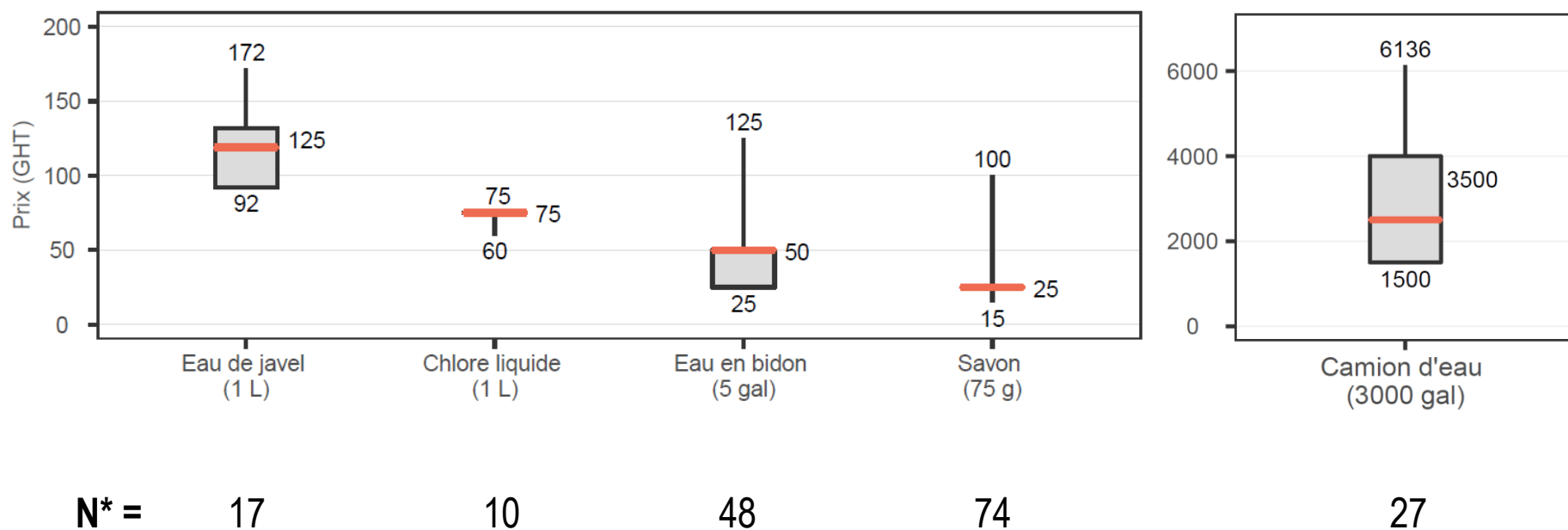
Prix médians par type de localité et par produit (HTG)



* Nombre d'observations collectées insuffisant pour permettre le calcul du prix médian.

PRIX MÉDIANS

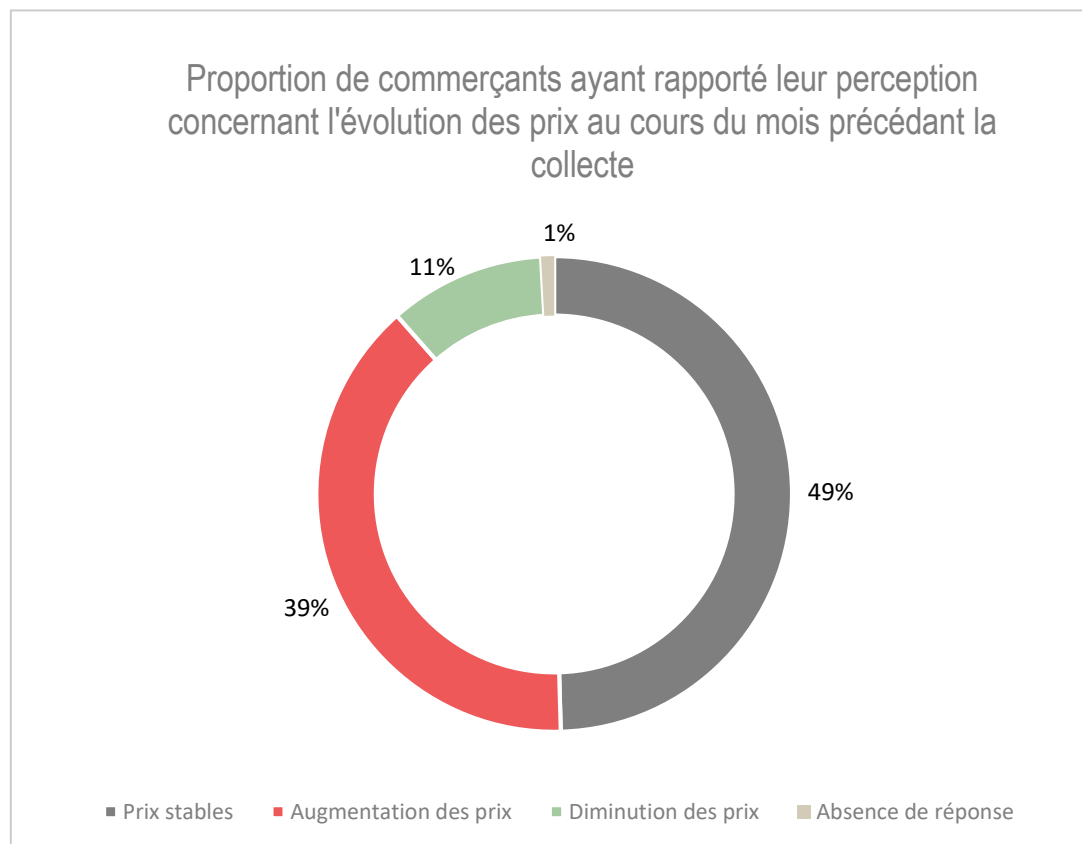
Distribution des prix



* N : nombre d'observations collectées pour chaque produit

EVOLUTION DES PRIX

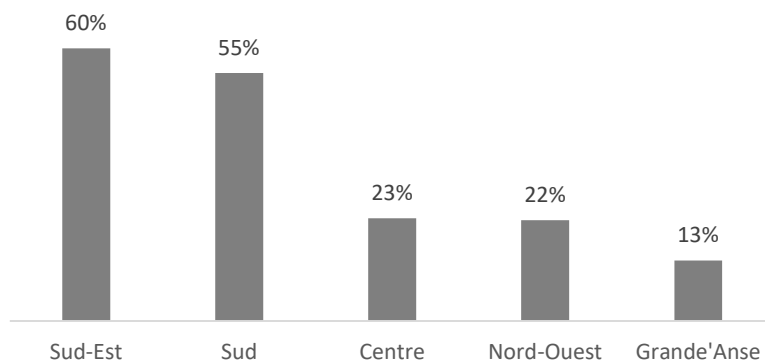
Perception des commerçants sur l'évolution des prix



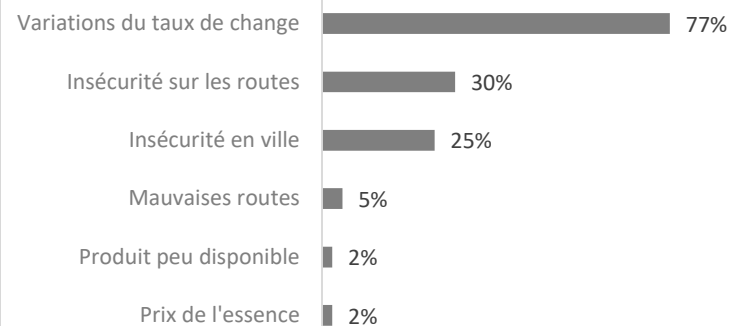
EVOLUTION DES PRIX

Augmentation des prix

Proportion des commerçants ayant perçu une augmentation des prix (N=44), par département



Proportion de commerçants ayant rapporté une augmentation des prix (N=44), par raisons citées*



Produits concernés par les augmentations des prix, selon les commerçants concernés (N=44)*



Savon cité par
89%
d'entre eux



Eau de javel citée par
27%
d'entre eux

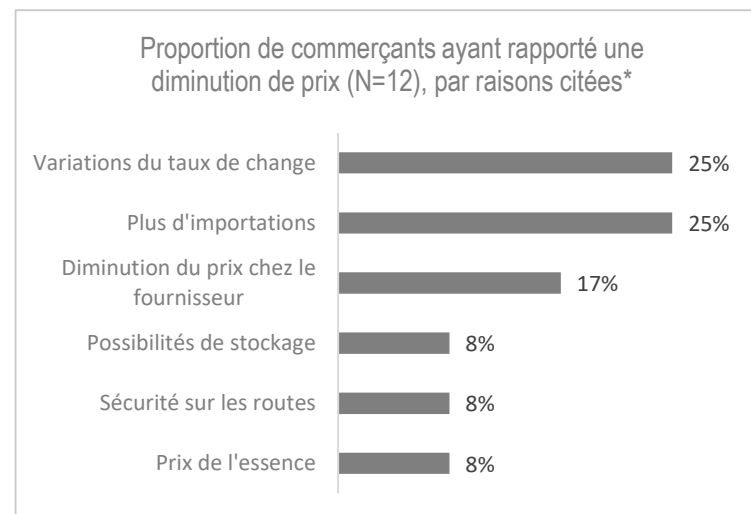
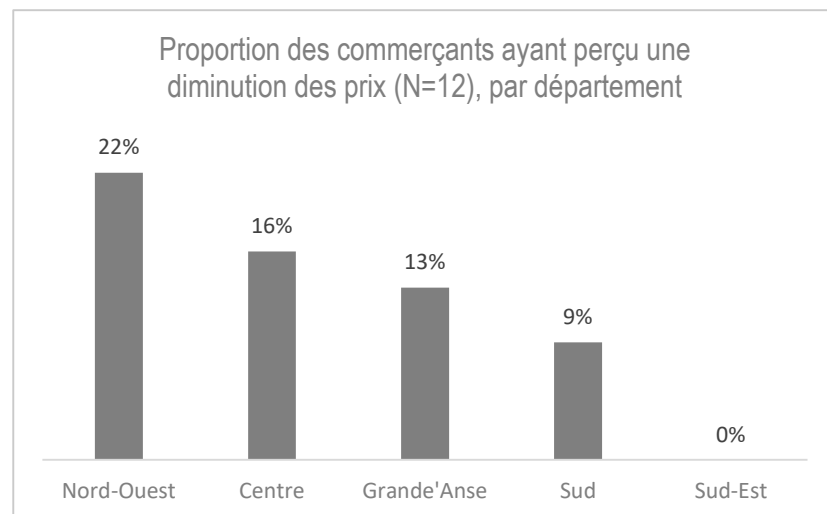


Eau en bidon citée par
16%
d'entre eux

* Le choix de plusieurs réponses ayant été possible pour ces questions, les % indiqués correspondant à la proportion de commerçants ayant cité chaque réponse

EVOLUTION DES PRIX

Diminution des prix



Produits concernés par les diminutions des prix, selon les commerçants concernés (N=12)*



Eau de javel citée par

75%

d'entre eux



Savon cité par

50%

d'entre eux



Eau en bidon citée par

17%

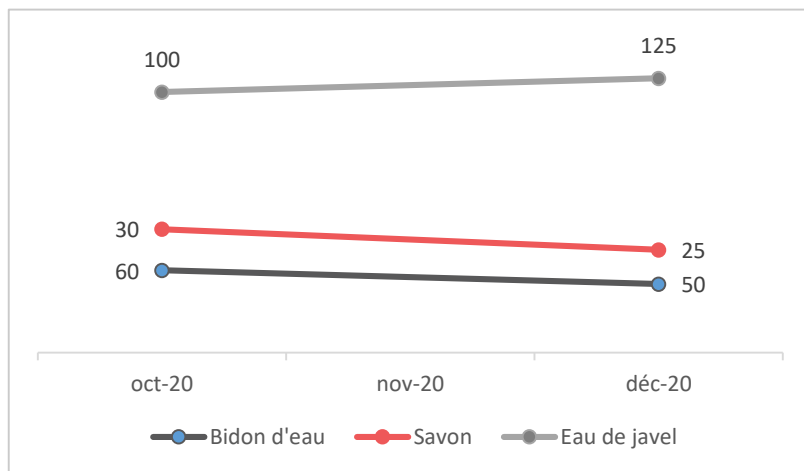
d'entre eux

* Le choix de plusieurs réponses ayant été possible pour ces questions, les % indiqués correspondant à la proportion de commerçants ayant cité chaque réponse

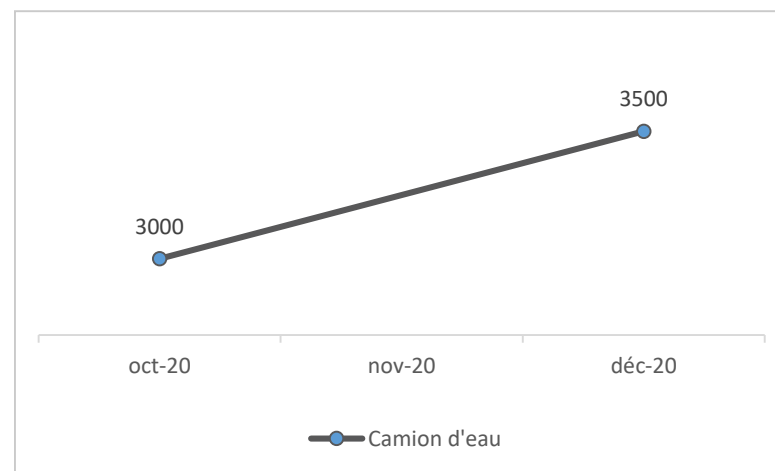
VARIATIONS DES PRIX ENTRE OCT ET DEC 2020

Produit/service	Prix médian oct 20	Prix médian déc 20	Variation (HTG)	Variation (%)
Bidon d'eau	60	50	-10	▼ -17%
Savon	30	25	-5	▼ -17%
Eau de javel	100	125	25	▲ 25%
Camion d'eau	3000	3500	500	▲ 17%

Eau, savon et eau de javel



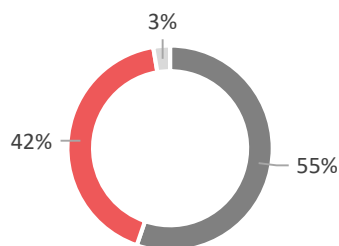
Camion d'eau



RUPTURES DE STOCK

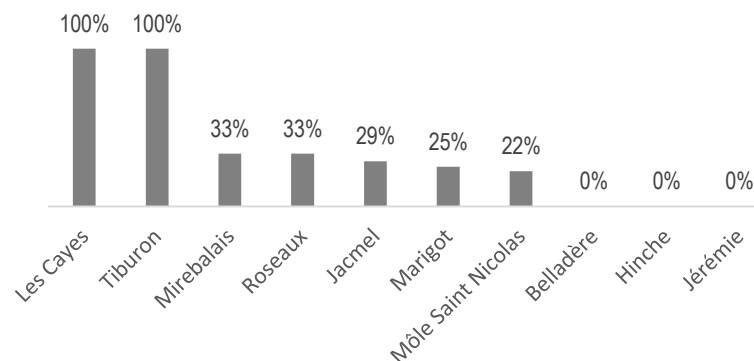
Ruptures de stock au cours du mois précédant la collecte de données

% des commerçants ayant fait face à des ruptures de stock au cours du mois précédant la collecte de données



■ Non ■ Oui ■ Absence de réponse

% des commerçants ayant fait face à des ruptures de stock (N=48), par commune



Produits concernés, selon les commerçants ayant fait face à des ruptures de stock (N=48)*



Savon cité par

88%

d'entre eux



Eau de javel citée par

38%

d'entre eux



Eau en bidon citée par

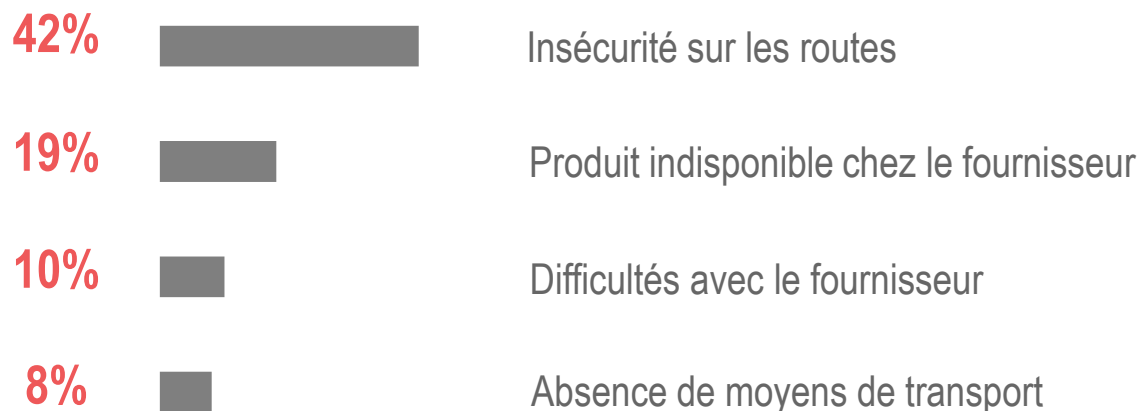
35%

d'entre eux

* Le choix de plusieurs réponses ayant été possible pour ces questions, les % indiqués correspondant à la proportion de commerçants ayant cité chaque réponse

RUPTURES DE STOCK

Raisons principales citées par les commerçants ayant fait face à des ruptures de stock *



* Le choix de plusieurs réponses ayant été possible pour cette question, les % indiqués correspondant à la proportion de commerçants ayant cité chaque réponse



MERCI DE VOTRE ATTENTION

Paola Gómez

☎ 34 47 40 01

✉ paola.gomez@reach-initiative.org

📧 Paola.gomez.maurer

🌐 www.reach-initiative.org

📘 IMPACT Initiatives

🐦 @REACH_info