

# « Un ventre creux n'a point d'œil »<sup>1</sup>

## Perception et priorisation des besoins d'assistance selon les ménages au Burkina Faso

Décembre 2024 | Évaluation multisectorielle des besoins (MSNA)

### MESSAGES CLÉS

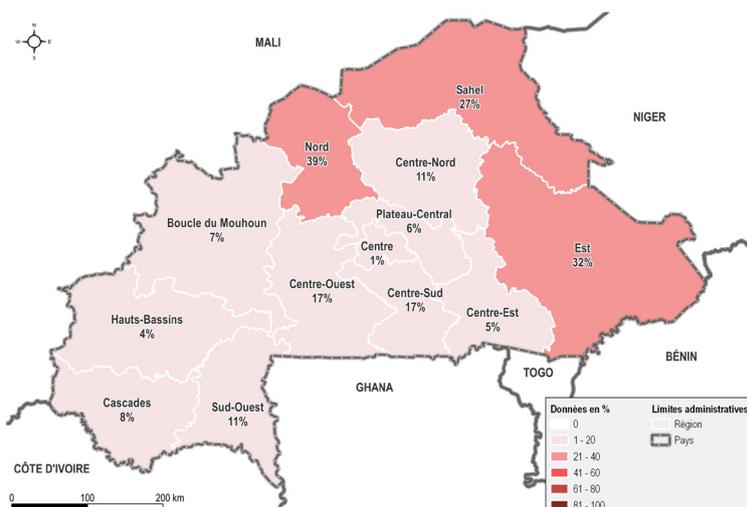
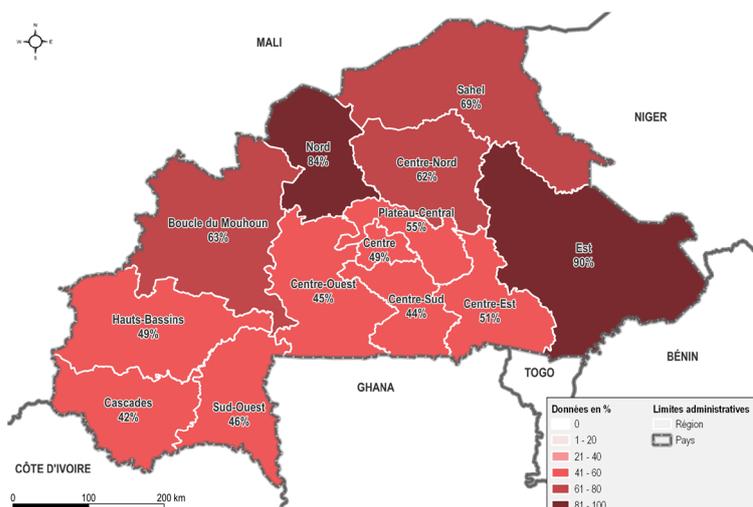
- **Les perceptions des ménages sur leurs besoins prioritaires et les modalités d'assistance souhaitées doivent être prises en compte dans la planification et priorisation de la réponse sectorielle et multisectorielle au niveau national.** La prise en compte conjointe des besoins mesurés par des indicateurs standards et des besoins autodéclarés<sup>2</sup> par les communautés est essentielle pour garantir une réponse centrée sur les personnes affectées.
- **Les défis rencontrés par les ménages diffèrent significativement selon leurs caractéristiques démographiques, comme le statut de déplacement et le genre.** La prise en compte de cette diversité des besoins n'est possible que si les évaluations sont représentatives de ces différents groupes.
- Les ménages interrogés expriment leur confiance dans la capacité des acteurs humanitaires à répondre à leurs besoins prioritaires grâce aux enquêtes réalisées. **Partager les résultats de ces évaluations avec les communautés est une étape essentielle pour renforcer cette confiance, affiner l'analyse des besoins et garantir une réponse humanitaire plus transparente et adaptée.**

### CONTEXTE

Depuis 2020, IMPACT Initiatives réalise, à travers son initiative REACH, des évaluations multisectorielles des besoins (MSNA) au Burkina Faso pour analyser les besoins des ménages et fournir des données actualisées pour orienter aux acteurs humanitaires et de développement. En 2024, suite à la collecte de données quantitatives entre juin et août dans les 13 régions du pays, un projet pilote a été mis en place en octobre pour approfondir l'analyse des perceptions des communautés sur leurs besoins, et encourager l'intégration de ces perceptions dans les évaluations et la planification de la réponse à ces besoins.

**59%** des ménages rapportent un **manque d'accès à une quantité ou une qualité suffisante de nourriture**

**11%** des ménages ont des **besoins en sécurité alimentaire d'après la matrice de convergence des indicateurs sur les ménages (HICM)**



## Besoins prioritaires en assistance

Les principaux défis exprimés par les ménages concernent la **sécurité alimentaire et les moyens d'existence**, suivi de l'accès à l'eau potable. Les ménages déplacés expriment également un manque d'espace de vie approprié.

Les demandes d'assistance envers les acteurs humanitaires diffèrent légèrement de ces défis, l'assistance alimentaire étant en tête des demandes de soutien. Ces demandes diffèrent également selon le statut de déplacement et le genre du ou de la chef.fe de ménage<sup>3</sup>. **Les stratégies d'urgence face au manque de nourriture sont plus rapportées par les ménages dirigés par des femmes (23%)** que par ceux dirigés par des hommes (12%), notamment en lien avec un accès limité aux terres agricoles<sup>4</sup>. **La santé est également une demande plus rapportée par les ménages dirigés par des femmes**, ce qui concorde avec les résultats de la MSNA 2023<sup>5</sup>.

Tableau | % de ménages ayant rapporté souhaiter recevoir un soutien de la part des acteurs humanitaires pour la gestion des défis, par type de soutien

	Non-PDI		PDI	
	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes
Alimentation	80%	64%	96%	96%
Soutien aux moyens de subsistance / emploi	38%	47%	35%	46%
Soins de santé	30%	22%	24%	19%
Services d'assainissement (par exemple, latrines, forage)	18%	17%	5%	9%
Eau potable	18%	23%	13%	14%
Semences ou autres intrants agricoles	13%	19%	2%	3%
Abri / logement	10%	8%	42%	42%
Éducation des enfants de moins de 18 ans	8%	6%	2%	4%
Articles ménagers et personnels essentiels (vêtements, couvertures, articles de cuisine, articles de couchage, stockage de nourriture)	7%	6%	12%	12%
Accès à l'énergie (éclairage, électricité, combustibles de cuisson)	6%	9%	3%	2%
Articles d'hygiène essentiels (par exemple, savon, serviettes hygiéniques)	6%	5%	3%	4%

Graphique | % de ménages ayant rapporté des défis, par type de défis principaux



## Réception et satisfaction de l'assistance

Bien qu'on constate une augmentation de l'assistance rapportée par les ménages non-déplacés (MSNA 2023 : 12% | MSNA 2024 : 22%), **un tiers des ménages déplacés (30%) ne rapporte pas avoir reçu d'assistance entre juin 2023 et juin 2024**. Dans la région de l'Est, où deux tiers des ménages déplacés (60%) présentent des besoins aigus (EHA, éducation et protection), moins de la moitié des ménages déplacés rapporte avec reçu de l'assistance.

**Un ménage sur cinq ayant reçu de l'assistance n'était pas satisfait de l'assistance reçue**, notamment dans les régions du Sahel (28%) et du Centre-Nord (23%). La principale raison d'insatisfaction est la quantité insuffisante de l'aide pour répondre aux besoins des ménages (89%) et les retards dans la réception de l'aide (35%)<sup>6</sup>. Une assistance ne correspondant pas aux besoins prioritaires était également rapportée dans le Sud-Ouest (86%), le Centre-Nord (21%), le Nord (20%) et la Boucle du Mouhoun (16%)<sup>7</sup>.

## Communiquer avec les communautés affectées

Les ménages n'ayant pas reçu d'assistance témoignent d'un **manque d'information sur les procédures d'enregistrement** (54%) particulièrement les ménages dirigés par des femmes – bien que la tendance se soit améliorée pour les ménages non-déplacés (2023 : 58% | 2024 : 42%). Dans les Cascades, près de la moitié des ménages déplacés n'ayant pas reçu d'assistance se sentaient exclus des listes de distribution.

**Il faut continuer les efforts de communication, notamment par téléphone, par la radio et en personne<sup>8</sup> pour assurer l'accès à l'assistance pour tous**. Le manque de communication peut également contribuer une image négative du comportement des travailleurs humanitaires. L'insatisfaction du comportement des travailleurs était plus rapportée par les ménages dirigés par des femmes (19%) que par ceux dirigés par des hommes (10%). Pour rapporter des plaintes, les ménages privilégient les appels téléphoniques (66%), comme en 2023<sup>9</sup>, mais il ne faut pas négliger l'importance des retours faits en personne (21%). Comme en 2023<sup>10</sup>, **les leaders communautaires (28%) et l'Action Sociale et Humanitaire (24%) restent des acteurs clés pour l'engagement communautaire et la redevabilité**. Les ménages déplacés continuent également de mentionner les comités locaux comme source de confiance.

## Aperçu de la méthodologie de la MSNA 2024

Depuis 2020, REACH conduit l'évaluation multisectorielle des besoins (MSNA) au Burkina Faso pour identifier les besoins des populations. Les résultats 2024 sont basés sur 6 725 enquêtes auprès de ménages non déplacés (3 220) et déplacés internes (3 505), réalisées entre juin et août 2024. L'échantillonnage des personnes non déplacées est représentatif avec un niveau de confiance de 90% et une marge d'erreur de 10%, tandis que l'échantillonnage des personnes déplacées a été réalisé par quotas. La méthodologie complète est accessible sur notre [Centre de Ressources](#).

## Notes

### PAGE 1

- 1 Citation issue des enquêtes à Dori, région du Sahel (traduit du fulfulde).
- 2 Besoins autodéclarés : Les besoins dits « autodéclarés » sont les besoins et priorités exprimés directement par les populations touchées lors de crises humanitaires, à travers des enquêtes, entretiens ou consultations communautaires. Ils reflètent les perceptions subjectives des individus sur ce qu'ils considèrent comme leurs besoins les plus urgents. Bien qu'ils puissent différer des évaluations techniques et objectives, ces besoins offrent un aperçu précieux des priorités ressenties par les populations affectées, favorisant des interventions plus adaptées et participatives.

### PAGE 2

- 3 Les ménages dirigés par des femmes représentant seulement 8% de l'échantillon, les résultats présentés ici sont à titre indicatif.
- 4 56% des ménages dirigés par des hommes ont accès à des terres pour l'agriculture, contre 39% des ménages dirigés par des femmes.
- 5 REACH. [Redevabilité envers les populations affectées](#). Décembre 2023.
- 6 Choix multiple et pourcentages calculés parmi les ménages ayant reçu de l'assistance et n'ayant pas été satisfaits de l'assistance reçue.
- 7 Idem.
- 8 Les appels téléphoniques sont rapportés par 66% des ménages comme canal de communication préféré pour recevoir de l'information. 13% des ménages rapportent également la communication par la radio et 13% en

## À PROPOS DE REACH

REACH Initiative facilite l'élaboration d'outils et de produits d'information visant à renforcer les capacités des acteurs humanitaires à prendre des décisions informées lors de situations d'urgence, de redressement et de développement. REACH est une initiative conjointe d'IMPACT Initiatives, d'Acted et de UNITAR-UNOSAT. Pour plus d'informations, veuillez consulter notre site internet : [www.reach-initiative.org](http://www.reach-initiative.org)