

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

Présentation des résultats principaux de la collecte 1

Novembre 2020

ORDRE DU JOUR

1. Le projet en bref

Objectifs

Acteurs

Portée

2. Résultats clés (cycle 1)

Prix médians

Evolution des prix

Disponibilité des produits



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 travaillent à la mise en place d'un **système de suivi de six (6) produits et services d'EHA en Haïti**, dans le but :

- **D'informer** les acteurs humanitaires des tendances relatives aux prix et à la disponibilité de six (6) 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

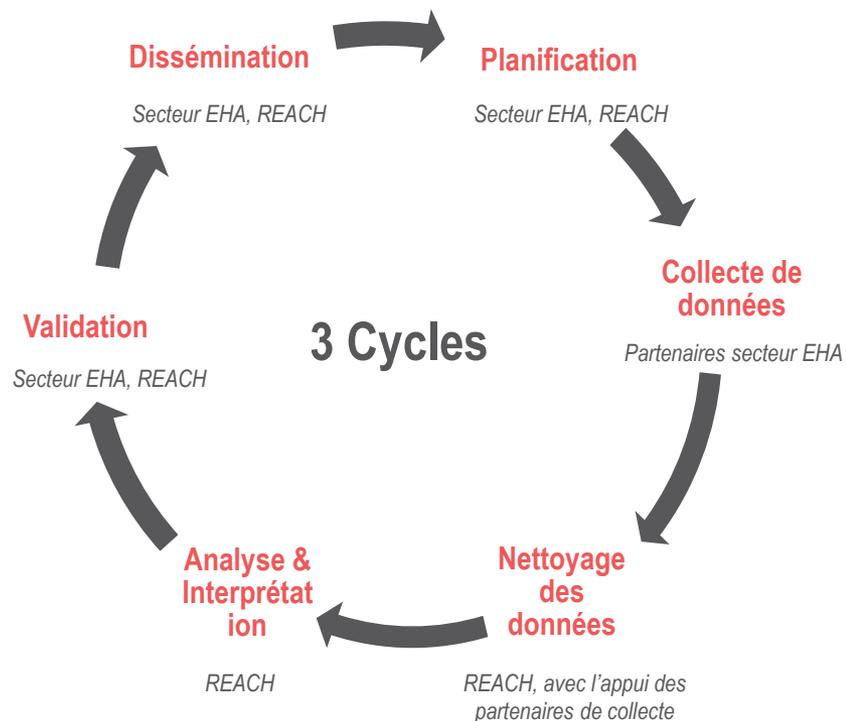
Amélioration de
la réponse



LES ACTEURS

Implication des acteurs

Dans le cadre de cette initiative, **3 cycles** de collectes de données sont prévus, impliquant de multiples acteurs humanitaires et en particulier les **partenaires du secteurs EHA**, qui apportent un soutien stratégique et opérationnel clé :



Partenaires qui ont participé à la 1^{ère} collecte :



ACTED



RÉPUBLIQUE D'HAÏTI
DINEPA
Direction Nationale
de l'Eau Potable
et de l'Assainissement



The Netherlands
Red Cross

PORTEE DU PROJET

Portée de l'évaluation

L'évaluation sera effectuée à travers un suivi :

- Des **prix** de produits et services d'EHA essentiels dans les marchés évalués ;
- Des **fluctuations et évolutions des prix** de ces cinq produits/services EHA dans les localités évaluées ;
- De la **disponibilité** des produits/services évalués et des potentielles ruptures des stocks.



Couverture géographique

L'initiative vise une couverture nationale, avec des collectes de données dans les 10 départements, et en zones urbaines, rurales, et péri-urbaines.



Couverture sectorielle

Les évaluations portent sur six (6) produits et services essentiels du secteur EHA :

- ✓ Tous les deux mois : (i) l'eau en bouteille ; (ii) le savon ; (iii) l'eau de javel ; (iv) le Gadyen Dlo (traitement de l'eau) ; et (v) le *water trucking* ;
- ✓ Lors de la première collecte : l'eau des kiosques.

METHODOLOGIE



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 **1^{er} cycle de collecte**, un total de **115** 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.

Le **1^{er} cycle de collecte** a eu lieu du 5 au 9 octobre 2020.



OUTILS

Les enquêtes sont constituées 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 23 septembre 2020 en vue de la préparation de la collecte 1.



ZONES EVALUEES

L'initiative vise à couvrir les 10 départements, et à la fois des zones rurales et urbaines.

Lors du **1^{er} cycle de collecte**, 11 communes ont été couvertes, dans 5 départements du pays.



LIMITES

L'échantillonnage n'ayant pas été 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.



02

RESULTATS
CLES

PRIX MÉDIANS

Prix médians au niveau national (résultats globaux)

Les prix médians ont été calculés pour les six (6) produits et services évalués, pour obtenir une mesure de centralité permettant d'éviter les valeurs extrêmes.

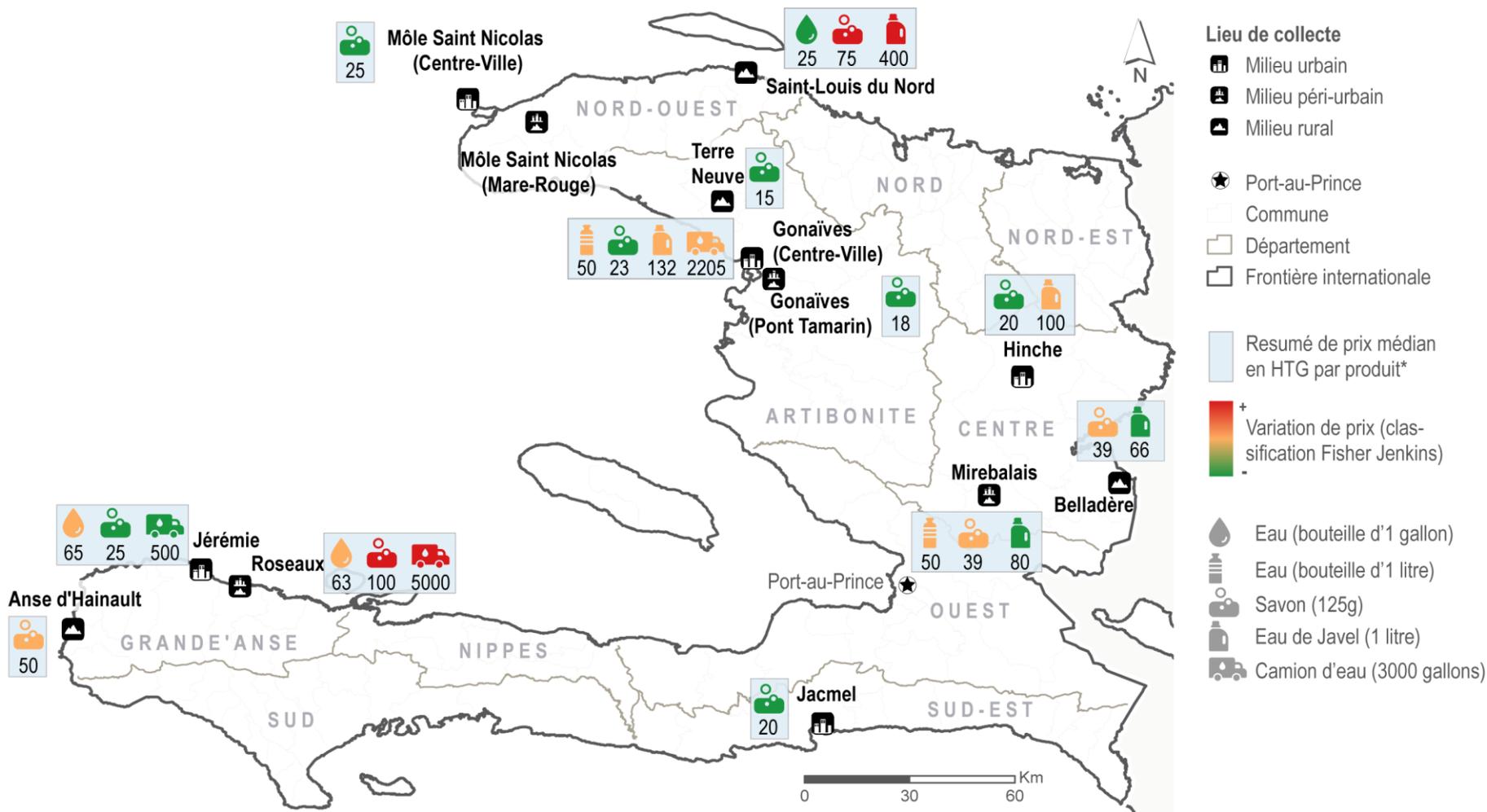
Bouteille d'eau (5 gal)	Bouteille d'eau (1 L)	Savon (125 g)	Eau de javel (1L)	Gadyen Dlo (1 L)	Camion d'eau (3000 gal, <10 km)	Eau Kiosque (5 gal)
60	50	30	100	40	3000	2
N= 21	N= 13	N= 64	N= 23	N= 4	N=19	N=7

Prix médians par type de localité

Type de localité	Bouteille d'eau (5 gal)	Bouteille d'eau (1 L)	Savon (125g)	Eau de javel (1 L)	Gadyen Dlo (1L)	Camion d'eau (3000 gal, <10 km)	Eau Kiosque (5 gal)
Localités urbaines	65	38	25	132	28	2222	2
Localités péri-urbaine	63	0	46	80	N/A	5000	26
Localités rurale	60	50	50	100	N/A	2500	7

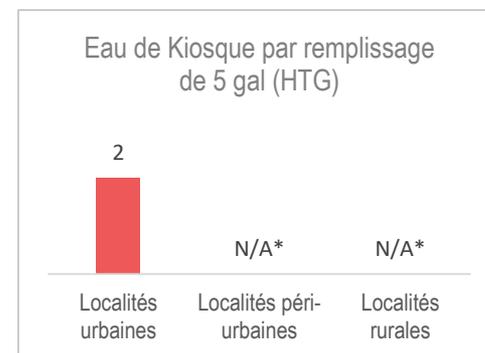
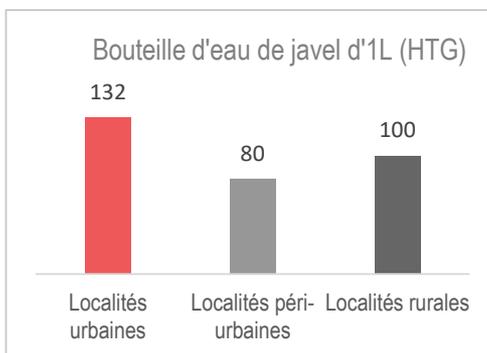
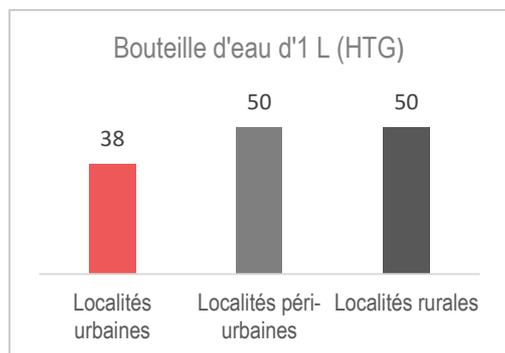
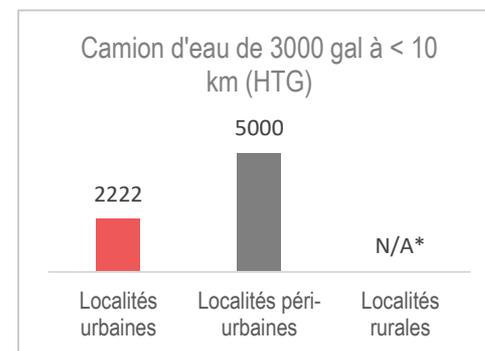
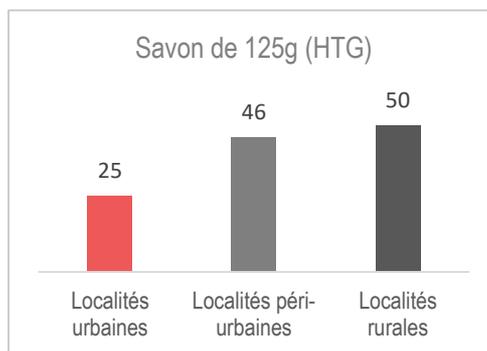
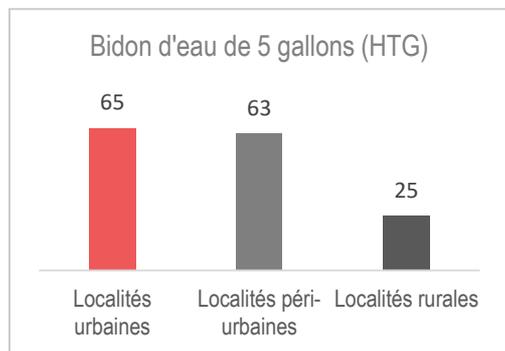
* Nombre d'observations collectées insuffisant pour permettre le calcul de la médiane

PRIX MÉDIANS PAR ZONES



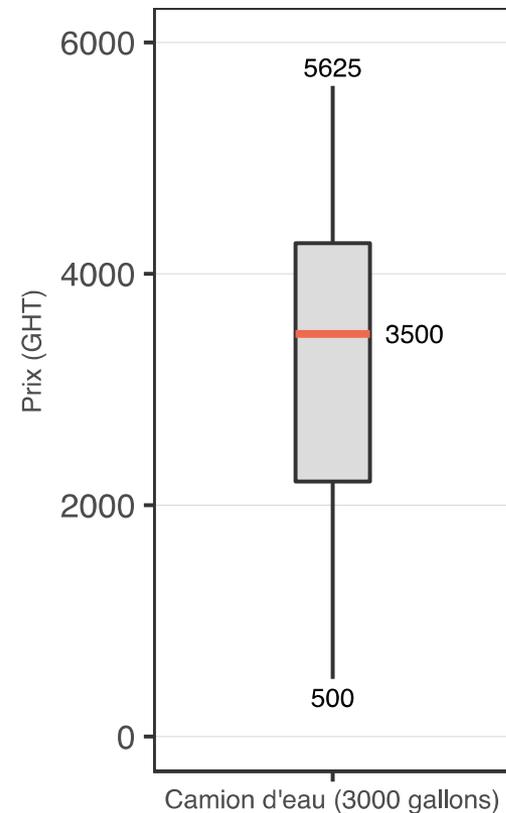
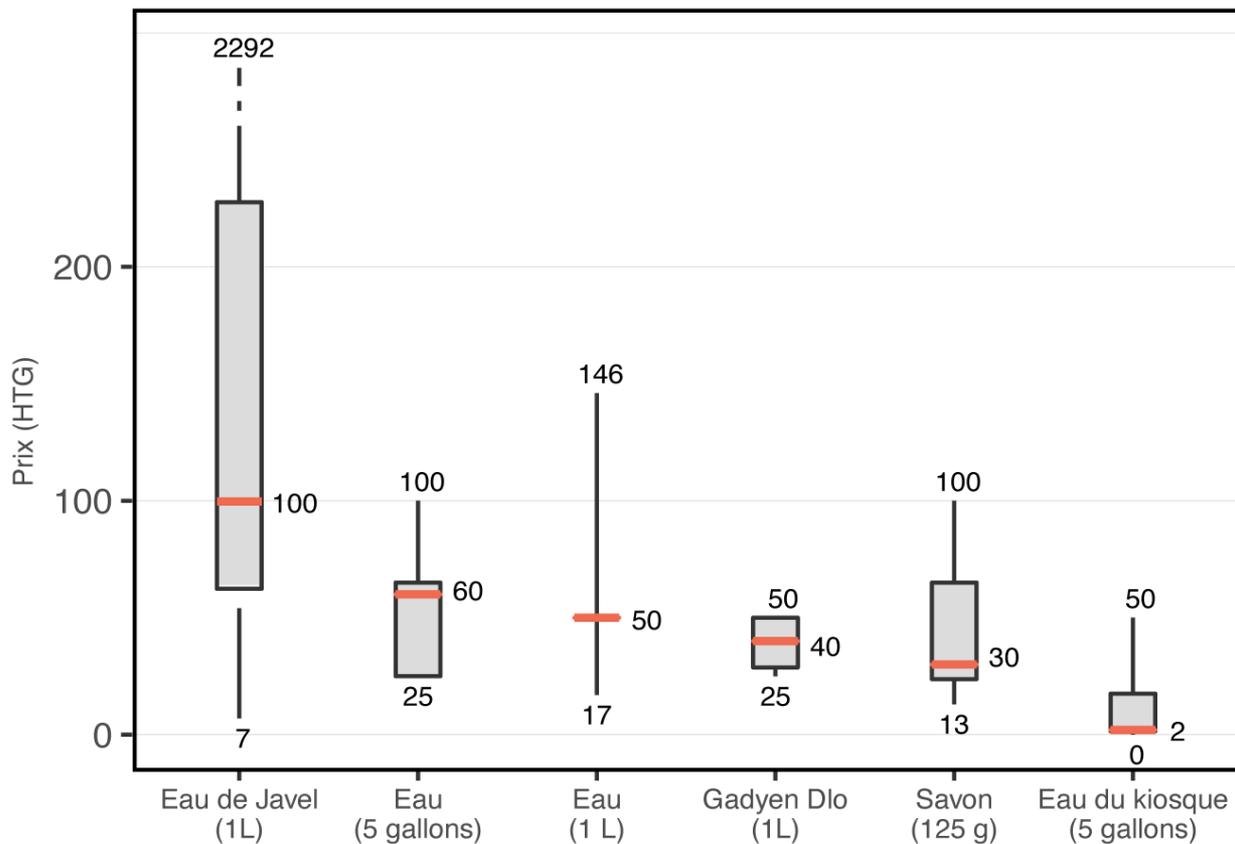
PRIX MÉDIANS

Prix médians par type de localité et par produit



* Nombre d'observations collectées insuffisant pour permettre le calcul de la médiane

DISTRIBUTION DES PRIX

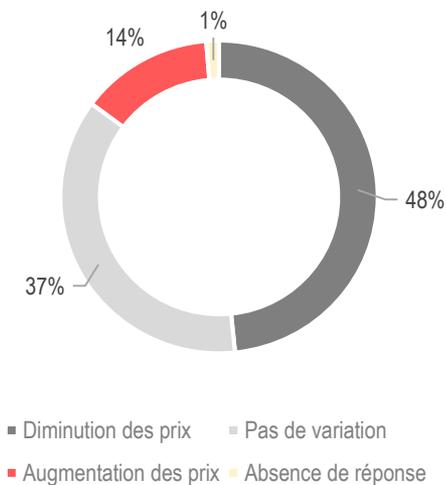


EVOLUTION DES PRIX

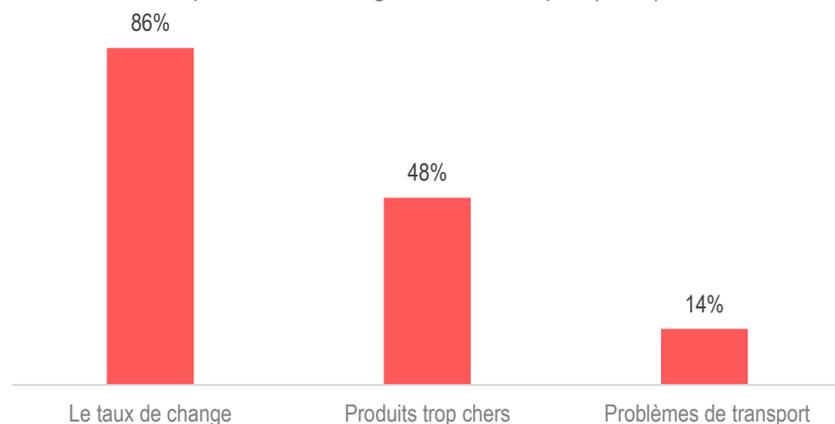
Perception sur l'évolution des prix

Parmi les personnes interrogées, 48% ont déclaré que les prix avaient diminué par rapport au mois précédent (septembre), 37% qu'il n'y avait pas de variations, 14% que les prix avaient augmenté, et 1% n'ont pas répondu. Parmi les 14% ayant déclaré que les prix avaient augmenté (n=21), la raison la plus citée était l'évolution du taux de change.

Perception de l'évolution des prix par rapport au mois précédent, par % de répondants



Raisons principales citées par les répondants ayant déclaré percevoir une augmentation des prix (n=21)



DISPONIBILITE DES PRODUITS

Produits non-disponibles lors de la collecte

Parmi les produits vendus habituellement par les personnes interrogées, certains n'étaient pas disponibles lors de la collecte. En particulier, les clients des kiosques d'eau, les marchands de Gadyen Dlo et les marchands d'eau de javel ont pu faire face à des ruptures:



Parmi les 15 gestionnaires de **kiosques** interrogés, 6 n'avaient pas d'eau au moment de la collecte – soit 40% d'entre eux.



Parmi les 5 marchands vendant du **Gadyen Dlo** (produit de traitement de l'eau), 1 n'avait pas le produit au moment de la collecte. En effet, il a expliqué que l'article était trop cher. À noter, lors de la collecte cet article n'était disponible que dans les zones urbaines.



26 des marchands interrogés vendent habituellement de l'**eau de javel**, cependant 2 d'entre eux n'en avaient pas au moment de la collecte – soit 8%. En effet, l'un a expliqué avoir des problèmes de stockage, et l'autre commerçant n'avait pas souhaité faire un réapprovisionnement pour ce produit.



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