

## TERMES DE RÉFÉRENCE DE LA RECHERCHE

### Suivi de prix de produits et services EHA dans les marchés Haïtiens

HTI2001

Haïti

Septembre 2020

Version : 01

## 1. Résumé

<b>Pays d'intervention</b>	Haïti		
<b>Type d'urgence</b>	<input type="checkbox"/> Catastrophe naturelle	<input type="checkbox"/> Conflit	
<b>Type de crise</b>	<input type="checkbox"/> Crise soudaine	<input type="checkbox"/> Crise à progression lente	<input checked="" type="checkbox"/> Crise prolongée
<b>Agence(s) / Organisme(s) mandataire(s)</b>	UNICEF – SECTEUR EHA		
<b>Code projet</b>	41 EEH 43L		
<b>Durée totale de la recherche</b> (de la conception de la recherche aux produits finaux / M&E)	01/07/2020 au 31/12/2020		
<b>Calendrier de la recherche</b> <i>Ajouter les échéances planifiées (pour le premier cycle si plusieurs)</i>	1. Début de la collecte de données: 05/10/2020 <sup>1</sup>	4. Données envoyées pour validation : 26/10/2020	
	2. Fin collecte de données: 09/10/2020	5. Produits envoyés pour validation : 30/10/2020	
	3. Données analysées: 23/10/2020	6. Produits publiés: 4/11/2020	
<b>Nombre d'évaluations</b>	<input type="checkbox"/> Une seule évaluation (un cycle)		
	<input checked="" type="checkbox"/> Plusieurs évaluations (plus d'un cycle) [3 cycles de collecte]		
<b>Étape(s) humanitaire(s) clé(s)</b> <i>Spécifier ce que l'évaluation va informer et quand, par exemple : le Secteur Abris va utiliser ses données pour rédiger son Revised Flash Appeal;</i>	<b>Étapes</b>		<b>Échéances</b>
	<input type="checkbox"/>	Plan/stratégie d'un bailleur	--/ /----
	<input type="checkbox"/>	Plan/stratégie inter-Secteur	--/ /----
	<input checked="" type="checkbox"/>	Plan/stratégie d'un Secteur	Continu
	<input type="checkbox"/>	Plan/stratégie d'une plateforme d'ONG	--/ /----
<input type="checkbox"/>	Autre (spécifier):	--/ /----	
	<b>Type d'audience</b>		<b>Dissémination</b>

<sup>1</sup> Le calendrier de la recherche s'est ajusté aux dates prévues pour la première collecte de données. Trois cycles similaires sont prévus jusqu'à la fin de l'année, soit environ tous les mois

<p><b>Type d'audience &amp; Dissémination</b> Spécifier <b>qui</b> l'évaluation va informer et <b>comment</b> les produits seront disséminés pour informer l'audience</p>	<p><input type="checkbox"/> Stratégique <input checked="" type="checkbox"/> Programmatique <input checked="" type="checkbox"/> Opérationnelle <input type="checkbox"/> [Autre, Spécifier]</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> Envoi général des produits (par exemple, via email aux consortium d'ONG, aux participants de l'équipe humanitaire du pays, aux bailleurs) <input checked="" type="checkbox"/> Envoi au Secteur WASH et présentation des résultats à la prochaine réunion du Secteur <input checked="" type="checkbox"/> Présentation des résultats (par exemple à la réunion du Secteur WASH) <input checked="" type="checkbox"/> Dissémination à travers de sites internet (Relief Web &amp; REACH Resource Centre) <input type="checkbox"/> [Autre, spécifier]</p>
<p><b>Plan détaillé de dissémination requis</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> Oui</p>	<p><input type="checkbox"/> Non</p>
<p><b>Objectif général</b></p>	<p>Mise en place d'un système de suivi de six (6) produits et services d'Eau Hygiène et Assainissement (EHA)<sup>2</sup> en Haïti permettant d'informer de manière opportune et précise les tendances relatives à leur prix et disponibilité sur les communes afin d'informer la stratégie du secteur EHA basée sur les transferts monétaires (TM).</p>	
<p><b>Objectif(s) spécifique(s)</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Déterminer le prix de quatre produits EHA dans les marchés évalués et les services de camions d'eau tous les mois, ainsi que déterminer le prix de l'eau du kiosque une fois<sup>3</sup>.</li> <li>2. Suivre mensuellement les fluctuations et évolutions potentielles des prix des cinq produits et services EHA dans les marchés/localités évaluées<sup>4</sup></li> <li>3. Identifier les articles disponibles et les ruptures des stock potentielles des produits/services EHA sélectionnés</li> </ol>	
<p><b>Questions de recherche</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 Quels sont les prix des quatre produits EHA dans les marchés évalués ?</li> <li>1.2 Quel est le prix du camion d'eau qui dessert les localités évalués ?</li> <li>1.3 Quel est le prix de l'eau dans le kiosque des localités évaluées ?</li> <li>1.4 Quel est le prix médian par localisation géographique (dans les communes évalués) des six produits et services EHA ?</li> <li>2.1 Comment fluctuent les prix des cinq produits et services évalués mensuellement entre les cycles de collecte de données?</li> <li>2.1.2 [pendant la première collecte de données] Quelle est la perception des fournisseurs de la fluctuation des prix des six produits et services évalués pendant le mois précédent la collecte de données?</li> <li>2.3 Comment fluctuent les prix des produits et services évalués entre les localisations urbaines, périurbaines et rurales ?</li> <li>3.1 Quels articles EHA évalués sont disponibles dans les marchés des localités évalués?</li> <li>3.2 S'il y a des ruptures du stock, quelles sont les raisons principales ?</li> <li>3.3 Existe-t-il un service de camion d'eau qui dessert régulièrement les localités évaluées?</li> <li>3.3 Existe-t-il un service de kiosque d'eau (DINEPA) dans les localités évaluées?</li> </ol>	

<sup>2</sup> Produits EHA à évaluer dans les marchés tous les mois ; L'eau en bouteille ; le savon ; l'eau de Javel ; le Gadyen dlo (utilisé pour le traitement d'eau à domicile).  
Service à évaluer par téléphone tous les mois : Le camion d'eau

Service à évaluer dans le kiosque lors de la première collecte : L'eau de kiosque (géré par la Direction nationale de l'eau potable et de l'assainissement (DINEPA))

<sup>3</sup> 4 produits (l'eau en bouteille ; le savon ; l'eau de Javel ; le Gadyen dlo) et 2 services (le camion d'eau et l'eau du kiosque)

<sup>4</sup> 5 produits et services à suivre mensuellement (l'eau en bouteille ; le savon ; l'eau de Javel ; le Gadyen dlo, le camion d'eau) ; l'eau du kiosque sera collectée juste une fois pendant la première collecte.

<b>Couverture géographique</b>	<p>La couverture géographique proposée a été définie selon les intérêts et la capacité des partenaires du Secteur EHA. Une catégorisation des marchés selon leur emplacement a été considérée afin d'observer les différences potentielles entre les zones urbaines, périurbains et rurales.</p> <p>ACTED : départements du Centre et de la Grand'Anse                  Solidarités International : départements de l'Ouest et des Nippes                  Action Contre la Faim : départements du Nord-Ouest et de l'Artibonite                  Croix Rouge Néerlandaise : département du Sud et Sud-Est                  DINEPA/OREPA : Grand'Anse, Nord et Nord-Est</p>		
<b>Sources de données secondaires</b>	<p>OCHA, <u>Aperçu des besoins humanitaires en Haïti 2020</u> ; OCHA, <u>Plan de réponse humanitaire révisé</u>, mai 2020 ; Coordination Nationale de Sécurité Alimentaire (CNSA)- <u>Dashboard de prix des marchés 2020</u> ; GTTM, liste et méthodologie du MEB Haïti, 2019 ; UNICEF, <u>Suivi et atténuation des conséquences secondaires de l'épidémie de COVID-19 sur la disponibilité des services EHA et sur l'accès à ces Services</u>, mars 2020.</p>		
<b>Population(s)</b> <i>Sélectionner tout ce qui s'applique</i>	<input type="checkbox"/> PDI dans des camps <input type="checkbox"/> PDI dans des communautés hôtes <input type="checkbox"/> Réfugiés dans des camps <input type="checkbox"/> Réfugiés dans des communautés hôtes <input type="checkbox"/> Non-déplacés (hôtes) <input type="checkbox"/> Returnés	<input type="checkbox"/> PDI dans des sites informels <input type="checkbox"/> PDI [Autre, spécifier] <input type="checkbox"/> Réfugiés dans des sites informels <input type="checkbox"/> Réfugiés [Autre, spécifier] <input type="checkbox"/> Non-déplacés (non-hôtes) <input checked="" type="checkbox"/> Vendeurs de produits EHA dans les marchés principaux sélectionnés ; fournisseurs de services de camion d'eau qui desservent les localités d'intérêt ; fournisseurs d'eau dans les kiosques DINEPA des localités évaluées <sup>5</sup>	
<b>Stratification</b> <i>Sélectionner le(s) type(s) et entrer le nombre de strates</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Géographique #: 10 départements (plus précisément 10 localités urbaines, 10 périurbaines et 5 rurales)  La taille de la population par strate est-elle connue ? <input type="checkbox"/> Oui <input checked="" type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Groupe #: __ La taille de la population par strate est-elle connue ? <input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> [Autre, spécifier] #: __ La taille de la population par strate est-elle connue ? <input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non
<b>Outil(s) de collecte de données</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Structuré (Quantitative)	<input type="checkbox"/> Semi-structuré (Qualitative)	
	<b>Méthode d'échantillonnage</b>	<b>Méthode de collecte de données</b>	
<b>Outil structuré de collecte de données # 1</b> <i>Sélectionner les méthodes d'échantillonnage et de collecte de données et spécifier le nombre d'entretiens ciblé</i>	<input checked="" type="checkbox"/> Choisi <input type="checkbox"/> Probabiliste / Aléatoire simple <input type="checkbox"/> Probabiliste / Aléatoire simple stratifié <input type="checkbox"/> Probabiliste / en grappes (Secteur) <input type="checkbox"/> Probabiliste / en grappes stratifiées <input type="checkbox"/> [Autre, spécifier]	<input checked="" type="checkbox"/> Entretien avec informateur clé (IC). Cible : 5 ICs par marché et par service de camion d'eau. Seulement 1 IC par kiosque et par localité. <input type="checkbox"/> Discussion de groupe (# cible): _____ <input type="checkbox"/> Entretien ménage (# cible): _____ <input type="checkbox"/> Entretien individuel (# cible): _____ <input type="checkbox"/> Observations directes (# cible): _____	

<sup>5</sup> Indirectement les vendeurs et fournisseurs de services nous donneront des informations sur les possibilités d'achat et d'accès aux services d'eau des populations vulnérables dans les villes d'intérêt.

		<input type="checkbox"/> [Autre, spécifier] (# cible):_ _ _ _ _		
<b>Niveau de précision cible si échantillonnage probabiliste</b>	N/A	N/A		
<b>Plateforme(s) de gestion des données</b>	<input checked="" type="checkbox"/> IMPACT	<input type="checkbox"/>	HCR	
	<input type="checkbox"/> [Autre, spécifier]			
<b>Type(s) de produit(s) attendu(s)</b>	<input type="checkbox"/> Aperçu de la situation (situation overview) #: __	<input type="checkbox"/>	Rapport #: __	<input type="checkbox"/> Profil #: __
	<input type="checkbox"/> Présentation (résultats préliminaires) # : __	<input checked="" type="checkbox"/>	Présentation (finale) #: (après chaque cycle)	<input checked="" type="checkbox"/> Fiche d'information # : 3
	<input type="checkbox"/> Dashboard interactif #:_	<input type="checkbox"/>	Webmap #: __	<input type="checkbox"/> Cartes #: __
	<input type="checkbox"/> [Autre, spécifier] #: __			
<b>Accès</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Public (disponible sur le Centre de Ressources REACH et autres plat-formes humanitaires)		
	<input type="checkbox"/>	Restreint (diffusion bilatéral uniquement sur la base d'une liste de diffusion convenue, pas de publication sur la plat-formes REACH ou d'autres)		
<b>Visibilité</b> Spécifier quels logos devront apparaître sur les produits	<b>REACH</b>			
	<b>Donor: UNICEF</b>			
	<b>Plateforme de coordination: Secteur EHA</b>			
	<b>Les partenaires : ACTED, Croix Rouge Néerlandaise, Action Contre la Faim, Solidarités International, DINEPA</b>			

## 1. Justification

### 2.1. Justification

Haïti, qui fait partie des pays les plus vulnérables du monde et qui est le plus pauvre du continent américain, est confronté à une crise multidimensionnelle profonde. Depuis 2018, la situation sociale, politique et économique s'est considérablement dégradée avec la hausse des prix des matières premières, la fluctuation de la monnaie haïtienne par rapport au dollar américain, les troubles socio-politiques et la détérioration des conditions de sécurité, qui ont notamment conduit à une insécurité alimentaire croissante. Combiné avec sa forte exposition aux risques naturels (en particulier aux ouragans), à l'épidémie de Covid-19 et à une forte dépendance à l'aide internationale, Haïti fait face à une situation complexe qui nécessite une coordination efficace et efficiente de l'aide humanitaire et de l'aide au développement.

Le secteur de l'Eau Hygiène et Assainissement (EHA) est l'un des piliers le plus importants de l'aide humanitaire et au développement, notamment en Haïti où les saisons cycloniques et les maladies hydriques continuent à avoir un impact considérable sur le pays. Actuellement, les partenaires du secteur EHA en Haïti mettent en œuvre des actions qui nécessitent de connaître et de comprendre l'accès des populations à certains produits/services EHA, afin de leur permettre de recevoir une aide adaptée à leurs besoins et à leurs priorités ; notamment pour les partenaires dont la modalité de mise en œuvre sont les transferts monétaires (TM). Cependant le secteur EHA est confronté à un manque de données important pour la bonne compréhension des dynamiques et la prise de décisions lors des planifications opérationnelles d'activités, notamment de transferts monétaires. Pour cette raison, REACH propose un soutien technique au secteur EHA pour implémenter un système de suivi de prix des produits et services EHA les plus essentiels en Haïti. Les informations issues de ce système appuieront de manière régulière la compréhension des tendances dans les marchés notamment en termes des prix des produits les plus importants pour le secteur et leur accès (disponibilité).

## 1. Méthodologie

### 3.1. Aperçu de la méthodologie

Cette évaluation propose l'implémentation d'une enquête face-à-face et téléphonique avec des informants clés (ICs) avec une méthode d'échantillonnage « choisie ». Les ICs seront des commerçants et fournisseurs de services contactés par téléphone ou visités dans les marchés et/ou dans les kiosques DINEPA (gérés par la Direction nationale de l'eau potable et de l'assainissement) qui pourront donner des informations sur le prix et la disponibilité des six produits et services EHA : l'eau en bouteille ; le camion d'eau ; l'eau de kiosque ; le savon ; l'eau de Javel ; le Gadyen dlo.

La collecte de données sera faite par des partenaires du secteur EHA en Haïti qui ont un intérêt pour l'initiative et la capacité de mobiliser des ressources dans la zone d'étude. Elle sera menée environ tous les mois jusqu'à la fin de l'année (trois cycles de collecte de données pendant les derniers mois de 2020) et durant une semaine ; pendant la semaine convenue, les partenaires pourront choisir le/les jour/s qui leur conviennent le plus pour faire la collecte de données. Les équipes de terrain des partenaires devront collecter mensuellement cinq prix pour les quatre produits EHA et le service de camion d'eau ; donc 25 prix au total par localité et par période évaluée.

Pour le cas spécifique de l'eau du Kiosque, le prix et la disponibilité seront collectés seulement pendant la première ronde de collecte de données, en raison d'une variation de prix et disponibilité minimal rapportée par les partenaires du secteur EHA d'Haïti. En plus, étant donné que le prix de l'eau de kiosque (DINEPA) reste inchangé pour tous les kiosques de la localité qui ont une même source d'eau, ce service spécifique sera évalué seulement dans l'un des kiosques de la localité. Ces informations permettront d'avoir une base de référence dans le cas où un évènement majeur (par exemple un ouragan) aurait lieu et les systèmes d'accès à l'eau seront altérés.

Les produits et services à suivre ont été choisis par UNICEF et les membres du secteur EHA sur la base de produits phares du secteur EHA à l'échelle globale, à savoir : l'eau, le savon et l'eau de javel. Pour ces produits et services le prix et la

disponibilité seront évalués. Les détails des produits, les unités de mesure, le lieu de collecte et la fréquence proposée sont les suivants :

Produit	Unité de mesure et spécifications	Nombre d'enquêtes à collecter par commune	Lieu de collecte	Fréquence de collecte
L'eau en bouteille	Bouteille de 5 gallons (18,9 litres)	5	Marché local (de la localité choisie)	Environ tous les mois
L'eau en camion	Camion de 3000 gallons	5	Par téléphone (fournisseur de la commune choisi)	Environ tous les mois
L'eau de kiosque	Seau de 5 gallons (bokit)	1	Kiosque local (proche du marché dans la localité choisie)	Une fois (lors de la première collecte de données)
Le savon	Pièce (125g)	5	Marché local (de la localité choisie)	Environ tous les mois
L'eau de javel	Bouteille d'un litre	5	Marché local (de la localité choisie)	Environ tous les mois
Gadyen dlo	Bouteille de 240 ml	5	Marché local (de la localité choisie)	Environ tous les mois

En raison de la propagation rapide de COVID-19, du risque particulier pour les communautés déjà vulnérables et de l'importance du principe humanitaire de "ne pas nuire", REACH a élaboré des [procédures opérationnelles standard \(SOPs\)](#) pour guider les équipes de recherche sur la façon d'entreprendre la collecte de données sur le terrain. Elles visent à protéger les populations cibles et le personnel tout en garantissant que les informations clés sur la situation humanitaire sont toujours collectées. Cette évaluation sera faite sur la base des règles nommés dans ces SOPs et en demandant les équipes de terrain qu'ils respectent des normes de bonne hygiène, d'utilisation des équipements de protection individuelle (EPI) et de distanciation sociale avant, pendant et après la collecte des données. Si l'épidémie de COVID-19 venait à empirer dans les prochains mois, une méthode de collecte de données par téléphone sera envisagée.

La couverture géographique dépendra de l'intérêt et de la capacité des partenaires d'assurer une collecte régulière des prix, mais intégrera une différenciation entre les zones urbaines, périurbaines et rurales. En effet, dans le contexte haïtien, il est très probable qu'il y ait des différences importantes des prix et de disponibilité des produits entre ces trois types de zones. Par exemple, en 2019, le prix moyen du panier de dépenses minimum (Minimum Expenditure Basket - MEB) haïtien prenant en compte plusieurs secteurs a montré une variation d'environ -30% dans les zones rurales, par rapport aux zones urbaines.

Une formation des équipes sur le terrain est prévue avant la première ronde des collectes de données pour assurer la bonne compréhension de la méthodologie et le bon usage de l'outil, ce qui permettra d'avoir une meilleure qualité des données. La formation se déroulera en deux étapes : pendant la première étape REACH facilitera la formation pour les points focaux des partenaires, qui, dans une deuxième étape, feront la formation de leurs équipes sur le terrain et plus spécifiquement des enquêteurs en charge de la collecte de données. REACH développera et partagera le matériel de formation avec les partenaires pour assurer que le contenu reproduit soit le même. Également après chaque cycle de collecte de données, REACH fera le point avec les points focaux des partenaires pour discuter sur les leçons apprises et les points à améliorer.

Pour cette évaluation, un marché est interprété comme un endroit physique de commerce où il y a un échange de biens et qui est accessible à la population. Les critères de sélection des marchés à évaluer sont :

- Le marché doit être accessible (physiquement, socialement et financièrement) aux populations en situation de vulnérabilité dans la localité d'évaluation.
- Tant des marchés dans les zones urbaines que des marchés dans les zones périurbaines et rurales seront évalués.
- Les marchés ouverts tous les jours de la semaine seront priorités.
- Les marchés doivent avoir une diversité de produits (qui couvre au moins 2 secteurs par exemple : EHA, alimentaire, quincaillerie, autres).
- Si plusieurs marchés sont évalués dans une même commune, ils devront être localisés dans des localités/sections communales différentes.

Pour cette évaluation, le camion d'eau est interprété comme un service de livraison d'eau en grandes quantités (d'environ 3000 gallons) qui est commandé par téléphone et qui est fourni dans la localité évaluée.

- Le camion d'eau doit être accessible (physiquement, socialement et financièrement) aux populations en situation de vulnérabilité dans la localité d'évaluation.
- Si la source d'eau du camion d'eau est dans ou autour la localité d'étude, le prix sera demandé pour un service d'environ 10km en direction du centre-ville, afin d'avoir des points de repères comparables.
- Si la source d'eau du camion d'eau n'est pas dans la localité d'étude, des informations sur la commune de la source ainsi que des informations sur la distance estimée pour la localité d'étude seront demandés afin de trianguler les indicateurs et ensuite avoir un critère de comparaison (prix/distance).
- Le service de camion d'eau sera considéré dans les trois types de localités urbaine, périurbaine et rurale, mais c'est prévu que le service ne sera pas disponible sur toutes les zones.
- Chaque partenaire est responsable de trouver des services de camion d'eau qui seront disponibles dans la localité d'étude pour l'évaluation.

Pour cette évaluation, un kiosque d'eau est interprété comme un endroit physique d'approvisionnement d'eau où la population locale peut remplir des seaux d'eau (bokits, bidons etc.). Les critères de sélection des kiosques d'eau incluent :

- Le kiosque d'eau doit être accessible (physiquement, socialement et financièrement) aux populations en situation de vulnérabilité dans la localité d'évaluation.
- Le kiosque d'eau doit être géré par la Direction Nationale de l'Eau Potable et de l'Assainissement - DINEPA
- Tant des kiosques d'eau dans les zones urbaines que des kiosques dans les zones périurbaines et rurales seront évalués (si existants).
- Si l'eau est fournie gratuitement, le prix (0) doit aussi être enregistré.

Basé sur une revue de données secondaires, notamment les marchés évalués par la CNSA, et l'intérêt et la capacité des partenaires dans la zone de collecte de données, les marchés suivants ont été identifiés pour cette évaluation :

Type de localité	Département	Commune	Ville / Village	Marché	Partenaire
Urbaine	Ouest	Port-au-Prince	Port-au-Prince	Croix-de-Bossales	Solidarités International (SI)
Urbaine	Sud	Les Cayes	Les Cayes	Marché Relais	CRNL
Urbaine	Centre	Hinche	Hinche	Centre-ville	ACTED
Urbaine	Nord	Cap-Haitien	Cap-Haitien	Marché Cluny	DINEPA/OREPA/DRU

Urbaine	Sud-Est	Jacmel	Jacmel	Centre-ville	CRNL
Urbaine	Nippes	Miragoane	Centre-Ville	Marché de Miragoâne	SI
Urbaine	Nord Est	TBD	TBD	TBD	DINEPA/OREPA/DRU
Urbaine	Nord-Ouest	Môle Saint Nicolas	Centre-Ville	Marché communal	ACF
Urbaine	Artibonite	Gonaïves	Centre-ville	Marché centre-ville	ACF
Urbaine	Grand'Anse	Jérémie	Centre-ville	Marché de Jeremie	DINEPA/OREPA/DRU
Périurbaine	Ouest	Port au Prince	Barbechose	Marché Salomon	SI
Périurbaine	Sud	Les Cayes	Brefaite	Marché Jeudi	CRNL
Périurbaine	Centre	Mirebalais	2e Section Sarazin	Marché communal de Mirebalais	ACTED
Périurbaine	Nord	Trou du Nord	TBD	TBD	DINEPA/OREPA/DRU
Périurbaine	Sud-Est	Jacmel	Jacmel	Marché Cabotte	CRNL
Périurbaine	Nippes	Fond-des-nègres	TBD	Marché de fond-des-nègres	SI
Périurbaine	Nord Est	TBD	TBD	TBD	DINEPA/OREPA/DRU
Périurbaine	Nord-Ouest	Môle Saint-Nicolas	Mare-Rouge	Marché trésor	ACF
Périurbaine	Artibonite	Gonaïves	Trou sable	Marché Trou sable	ACF
Périurbaine	Grand'Anse	Roseaux	Centre-ville	Marché de Roseaux	DINEPA/OREPA/DRU
Rurale	Ouest	Cornillon	Latoison	Marché Latoison	SI
Rurale	Sud	Tiburon	Sévré	Marché Sévré	CRNL
Rurale	Centre	Belladère	1re Section Renthe Mathe	Marché belladère	ACTED
Rurale	Nord	Mombin Crochu	TBD	TBD	DINEPA/OREPA/DRU
Rurale	Sud-Est	Marigot	Pérédo	Marché de Pérédo	CRNL

Rurale	Nippes	Arnaud	Moinsard	Marché de Moinsard	SI
Rurale	Nord Est	TBD	TBD	TBD	DINEPA/OREPA/DRU
Rurale	Nord-Ouest	Saint-Louis du Nord	Centre-Ville	Marché	ACF
Rurale	Artibonite	Terre Neuve	Centre Bourg	Marché centre bourg	ACF
Rurale	Grand'Anse	Anse d'Hainault	1re Section Grandoit	Gaillard	ACTED

### 3.2. Population visée

Les informant clés (IC) pour cette évaluation seront les commerçant/es détaillants bien établis dans les marchés choisis ainsi que des fournisseurs des camions d'eau disponibles par téléphone et des fournisseurs d'eau dans les kiosques locaux. Pour cette évaluation les détaillants sont définis comme des commerçant/es qui vendent directement à la population (contrairement aux grossistes qui vendent aux autres commerçants). À chaque évaluation mensuelle, les mêmes marchés seront visités pour réaliser au moins 5 enquêtes par produit/service par commerçant/e ou fournisseur de service. Dans la mesure du possible, les commerçant/es /fournisseurs de service enquêté/es seront toujours les mêmes afin de favoriser la comparabilité des tendances temporelles et aussi de faciliter la collecte des données.

Les critères de sélection des magasins des commerçant/es sont les suivants :

1. Seuls les magasins des détaillants seront considérés.
2. Les magasins doivent proposer des articles accessibles physiquement, financièrement et socialement à une population vulnérable (il faut éviter les produits de luxe).
3. Les magasins avec le plus de produits à évaluer seront prioritaires.
4. Dans la mesure du possible, les magasins doivent être permanents (construits en dur) et pas ambulant afin de les retrouver chaque mois.
5. Dans la mesure du possible et afin d'assurer une présence de stocks, les magasins doivent avoir une infrastructure/ des moyens leur permettant de sécuriser leur espace pendant la nuit.
6. Si un commerçant a plusieurs magasins dans le marché, la collecte de données se fera seulement dans un de ses magasins.
7. Dans la mesure du possible, les mêmes magasins seront visités chaque mois pour la collecte de données.
8. Idéalement l'enquête doit être dirigé au/à la responsable du magasin.

Les critères de sélection des kiosques d'eau sont les suivants :

1. Seuls les kiosques publics (de la DINEPA) seront considérés
2. Dans le cas où il y a plusieurs kiosques dans la commune, celui qui se trouve le plus proche du marché évalué sera choisi.
3. Dans la mesure du possible, les mêmes kiosques seront visités à chaque collecte.
4. Même si l'eau est fournie gratuitement, le prix (0) doit être enregistré.
5. Idéalement l'enquête doit être dirigé à un membre de l'AIPA (comité de gestion de l'eau du kiosque)

Les critères de sélection des fournisseurs des camions d'eau sont les suivants :

1. Les fournisseurs de camions doivent avoir un service d'appel pour commander au niveau de la localité accessible publiquement.
2. Les fournisseurs de camions d'eau les plus proches/bon marchés seront prioritaires.

3. Le service de camion d'eau doit être accessible physiquement, financièrement et socialement à une population vulnérable.
4. Le contact du fournisseur doit être trouvé par le partenaire en charge de la localité (dans l'annuaire téléphonique, par internet ou par ses propres réseaux). Cependant si le contact des fournisseurs n'est pas disponible il faudrait vérifier avec des points focaux DINEPA/OREAPA locaux avant de rapporter le service comme « pas disponible » dans la localité.
5. Idéalement l'enquête doit être dirigé à la personne responsable de la vente d'eau (entreprise, chauffeur privé, etc.)

Il est attendu que ces IC peuvent offrir indirectement des informations liées à l'accès physique et financier des communautés qui se rendent à ces marchés, et notamment sur les possibilités et préférences d'achat de produits EHA de la population en situation de vulnérabilité dans la localité évaluée. Dans le cas pertinent, ces informations seront prises en compte pour ajuster la méthodologie après le premier cycle de collecte de données.

### 3.3. Revue des données secondaires

Source bibliographiques	Information
<a href="#">OCHA, Aperçu des besoins humanitaires en Haïti, 2020</a>	Appui à la compréhension du contexte et des chiffres clés pour le secteur EHA
<a href="#">OCHA, Plan de réponse humanitaire révisé, mai 2020</a>	Appui à la compréhension sur la stratégie humanitaire du pays adaptée au COVID-19
<a href="#">Coordination Nationale de Sécurité Alimentaire (CNSA)- Dashboard de prix des marchés, 2020</a>	Revue de la variation temporelle de prix des produits alimentaires et appui dans la sélection des marchés d'évaluation ( <a href="http://www.cnsahaiti.org/prix-de-marche/">http://www.cnsahaiti.org/prix-de-marche/</a> )
<a href="#">UNICEF, Suivi et atténuation des conséquences secondaires de l'épidémie de COVID-19 sur la disponibilité des services EHA et sur l'accès à ces Services, mars 2020</a>	Revue des conséquences du COVID-19 dans les marchés globaux liés aux produits et services EHA
MEB, GTTM 2019	Produits considérés dans le MEB (EHA incluse) et appui à la sélection de l'unité de mesure proposée

### 3.4. Collecte de données primaires

Trois collectes de données seront menées par les équipes de partenaires du Secteur EHA dans les localités choisies et pour les six produits/services mentionnés auparavant durant les derniers mois en 2020. La collecte se fera à chaque fois pendant une semaine, mais les partenaires pourront choisir le/les jour/s pendant cette semaine qui leur conviennent le mieux. Pour chacune des localités évaluées la collecte de données mensuelle se fera à la fois dans un marché local et par téléphone (pour les camions d'eau) selon les critères de sélection nommés auparavant (section 3.2). Dans le cas des kiosques d'eau la collecte de données sera faite seulement lors du premier cycle de collecte de données dans un kiosque public (DINEPA) de la localité choisie.

Afin de réduire les risques de transmission du Covid-19, et protéger tant les enquêteurs que la communauté, les équipes sur le terrain suivront les [SOPs de REACH pour la collecte de données pendant la crise du COVID-19](#). Plus spécifiquement les équipes porteront des masques et utiliseront du gel hydroalcoolique avant et après les échanges avec les populations locales et les consignes de distanciations sociales seront appliquées. Dans le cas où le risque lié au COVID-19 deviendrait plus grave, une collecte à distance sera envisagée.

Une fois sur le marché, les enquêteurs se rendront chez des commerçants qui ont des produits EHA avec une méthode d'échantillonnage « choisi ». Lors de la première visite au marché les commerçants à enquêter seront identifiés et choisis par les enquêteurs en fonction des critères de sélection détaillés auparavant (section 3.2). Idéalement après la première visite, les enquêteurs reviendront vers les mêmes commerçants pendant les collectes de données suivantes afin de faciliter la comparabilité temporelle et la logistique des partenaires. Pour cette raison, pour le premier cycle de collecte de données, une durée plus longue est prévue. En parallèle, afin de prévoir une collecte de données à distance, dans le cas où l'épidémie de COVID-19 s'aggraverait, les numéros de téléphone des magasins/commerçants seront demandés pour pouvoir assurer un suivi téléphonique au besoin.

Pour chacun des cinq produits/services à suivre mensuellement dans la localité (l'eau en bouteille ; le camion d'eau ; le savon ; l'eau de Javel ; le Gadyen dlo) les partenaires devront informer sur cinq (5) commerçants/fournisseurs. Pour les marchés, cela veut dire que dans le cas idéal où tous les commerçants vendent les quatre produits, l'enquêteur ne se rendra que dans 4 magasins dans le même marché. Cependant, basé sur les expériences dans des autres pays, plus que 4 commerçants enquêtés par marché sont attendus. En parallèle, pour l'eau du camion d'eau, l'enquêteur devrait appeler cinq fournisseurs d'eau qui ont un service de livraison dans la commune choisie. Ces mêmes fournisseurs seront rappelés à chaque ronde de collecte de données afin de favoriser la comparabilité des tendances temporelles et aussi de faciliter la tâche.

L'outil avec les questions spécifiques sera développé sur la base des objectifs validés par les partenaires d'UNICEF et du secteur EHA. L'outil sera ensuite téléchargé sur l'application KoBo Toolbox et utilisé pour la collecte de données afin de permettre la standardisation des réponses et la facilitation du nettoyage des données. Les données seront téléchargées au serveur KoBo le plus vite possible après la collecte de données pour commencer le nettoyage dès que possible et pour avoir toutes les données rassemblées sur une même base de données. Le nettoyage sera fait pendant et après la collecte en communication avec les équipes de terrain des partenaires. Le contrôle des données se fera à l'aide d'une triangulation avec les résultats des rondes précédents ou des potentielles données secondaires publiques.

### **3.5. Traitement et analyse des données**

Les données des enquêtes avec les IC seront collectées par chaque enquêteur sur un smartphone à travers un questionnaire sur KoboCollect. Pendant et après la collecte de données REACH sera en communication constante avec les équipes sur le terrain afin de donner de la rétroaction après chaque jour de collecte de données et d'identifier des erreurs potentielles qui pourront être évités dans les prochaines jours de collecte de données. Après chaque cycle de collecte de données, une discussion globale avec les partenaires sur les leçons apprises sera prévu afin d'identifier points à améliorer pour le prochain cycle de collecte.

Les données brutes seront nettoyées à l'aide du logiciel Excel. Les erreurs typiques à chercher incluent : des valeurs aberrantes, des fautes d'orthographe, une durée trop courte, des coordonnées géographiques qui ne correspondent pas aux marchés visés, le nombre de prix reçu par localisation. Afin de trouver ces erreurs, des triangulations seront envisagés avec les résultats des rondes précédentes et les données secondaires disponibles. Ce processus sera documenté à l'aide d'un registre de nettoyage (cleaning\_log) et suivra toutes les consignes des [Standards Minimums de Nettoyage de REACH](#).

L'analyse des données se fera à l'aide de R et Excel pour calculer la médiane de prix de chaque produit dans chaque localisation et la médiane par produit à travers tous les marchés. Dans le cas de rupture du stock, la raison la plus nommée pour la rupture du stock sera notée ainsi que dans le cas où les prix du produit/service ont augmenté lors du dernier mois.

La fiche d'information finale présentera :

1. Un résumé de la méthodologie, les partenaires participants, localités évaluées, nombre de magasins évalués et chiffres clés

2. Chiffre et carte du coût médiane des produits/services par localité évalué.
3. Boxplot des prix des produits/services (6 lors de la première ronde de collecte de données).
4. Produits ou services EHA non disponibles dans les localités évaluées.
5. Graphique du changement des prix des produits dans le temps (seulement après la troisième ronde de collecte de données).

Après chaque cycle de collecte de données, les données nettoyées et les fiches d'information seront publiées sur le Centre de Ressources de REACH et sur d'autres plateformes qui seront pertinentes (i.e. la plateforme du secteur EHA si souhaité). Ces informations restent publiques et les partenaires du secteur sont encouragés à les partager avec tous les acteurs qui pourront être intéressés. L'objectif principal de ces résultats est de soutenir la prise de décisions des partenaires du secteur EHA pendant la définition des activités de transferts monétaires avec des informations mises à jour ; cependant ils pourraient également être utiles pour d'autres fins ; par exemple : humanitaires, gouvernementales ou académiques.

## 4. Rôles and responsabilités

Table 2 : Description des rôles et des responsabilités

<b>Description de la tâche</b>	<b>En charge</b>	<b>Redevable</b>	<b>Consultée</b>	<b>Informée</b>
Conception de la recherche	Chargé d'évaluation	Chargé d'évaluation	Secteur EHA / HQ- RDDU	Secteur EHA
Développement des outils	Chargé d'évaluation	Chargé d'évaluation	HQ- RDDU	Secteur EHA
Formation	Chargé d'évaluation/ Equipes de terrain (partenaires)	Chargé d'évaluation		Secteur EHA
Supervision de la collecte de données	Chargé d'évaluation/ Equipes de terrain (partenaires)	Chargé d'évaluation		Secteur EHA
Traitement des données (vérification, nettoyage)	Chargé d'évaluation/ Equipes de terrain (partenaires)	Chargé d'évaluation	HQ- RDDU	Secteur EHA
Analyse des données	Chargé d'évaluation	Chargé d'évaluation	HQ- RDDU	Secteur EHA
Production des résultats	Chargé d'évaluation	Chargé d'évaluation	HQ- RRU	Secteur EHA
Diffusion	Chargé d'évaluation	Chargé d'évaluation	HQ- RRU	Secteur EHA
Monitoring & Evaluation	Chargé d'évaluation	Chargé d'évaluation	HQ-RRU	Secteur EHA
Leçons retenues/ enseignement tiré	Chargé d'évaluation	Chargé d'évaluation	HQ-RRU	Secteur EHA

**Personne en charge** : personne(s) en charge de l'exécution de la tâche

**Personne redevable** : personne qui valide la réalisation de la tâche et qui devra répondre du résultat final

**Personne consultée** : personne(s) qui doi(ven)t être consultée(s) lorsque la tâche est réalisée

**Personne informée** : personne(s) qui doi(ven)t être informée(s) lorsque la tâche est terminée

## 5. Plan d'analyse des données

Questions de recherche	ID #	Méthode de collecte de données	Groupe d'indicateurs	Indicateur / Variable	Question	Instructions	Réponses	Niveau de collecte de données
NA	0.1	Interview de l'IC	Informations clés	Date	Date d'aujourd'hui	Date		Marché / Kiosque / Appel camions d'eau
	0.2.1	Interview de l'IC		Organisation qui collecte	Nom de l'organisation	Sélection unique	Liste Partenaires	Marché / Kiosque / Appel camions d'eau
	0.2.2	Interview de l'IC		Enquêteur	[Code de l'enquêteur	Texte		Marché / Kiosque / Appel camions d'eau
	0.3.1	Interview de l'IC		Département	Nom du département	Sélection unique	Liste Départements	Marché / Kiosque / Appel camions d'eau
	0.3.2	Interview de l'IC		Arrondissement	Nom de la commune	Sélection unique	Liste Communes	Marché / Kiosque / Appel camions d'eau
	0.3.3	Interview de l'IC		Localité	Nom de la localité	Sélection unique	Liste Localités	Marché / Kiosque / Appel camions d'eau
	0.3.4	Interview de l'IC		Type de localité	Type de localité	Sélection unique	Urbain, péri-urbain, rural	Marché / Kiosque / Appel camions d'eau
	0.3.5	Interview de l'IC		Cible de l'enquête	Cible de l'enquête	Sélection unique	Marché, kiosque d'eau, service de camion d'eau	Marché / Kiosque / Appel camions d'eau
	0.3.6	Interview de l'IC		Coordonnées géographiques	Enregistrez les coordonnées géographiques	GPS	Latitude, longitude	Magasin / Kiosque / NA pour l'appel

	0.4.0	Interview de l'IC		Nom du marché / fournisseur d'eau	Nom du marché / fournisseur d'eau	Texte		Marché / Kiosque / Appel camions d'eau
	0.4.1	Interview de l'IC		Nom du magasin / source d'eau	Nom du magasin / source d'eau	Texte		Marché / Kiosque / Appel camions d'eau
	0.4.2	Interview de l'IC		Numéro de téléphone du magasin /commerçant	Numéro de téléphone du magasin	Chiffre		Marché / Kiosque / Appel camions d'eau
Quels sont les articles /services EHA disponibles dans les localités évaluées	1	Interview de l'IC	Disponibilité <sup>6</sup>	Disponibilité	Vendez-vous habituellement cet article /service ? / Avez-vous régulièrement un service de livraison d'eau jusqu'à la localité d'enquête ?	Sélection unique	Oui ; Non	Produit / service
	1.1	Interview de l'IC		Disponibilité	Si "oui", cet article/service est-il disponible actuellement ?	Sélection unique	Oui ; Non	Produit / service
S'il y a des ruptures de stock, quels sont les raisons principales ?	1.1.1	Interview de l'IC	Raisons pour le manque de disponibilité	Indisponibilité / rupture de stock	Si "non", pourquoi ?	Sélection multiple	Insécurité sur les routes ; Insécurité en ville ; A cause d'une catastrophe naturelle ; Mauvais état des routes ; Absence de moyen de transport ; Ce n'est pas un article de saison ; Je n'ai pas souhaité faire un réapprovisionnement ; Problème de	Produit / service

<sup>6</sup> Les questions demandées dans la section de disponibilité et prix seront répétées pour chacun des articles/services EHA à évaluer : L'eau en bouteille ; le camion d'eau ; l'eau communal ; le savon ; l'eau de Javel ; le Gadyen dlo

							stockage ; Article indisponible chez les fournisseurs ; Mauvaise relation avec les fournisseurs ; Autre (précisez) ; Je ne sais pas / Je ne souhaite pas répondre	
Quels sont les prix des produits/services EHA dans les localités évaluées ?	2.1	Interview de l'IC	Prix	Unité	Si cet article est disponible, est-ce que [le produit] est vendu par [unité]	Sélection unique	Oui ; Non	Produit / service
	2.1.1	Interview de l'IC		Unité	Si non, merci de spécifier la quantité en [unité]	Texte		Produit / service
	2.1.2	Interview de l'IC		Unité (distance)	[Pour le camion d'eau] : quelle est la distance moyenne entre la source d'eau et l'endroit d'enquête.	Chiffre		Service de camion d'eau
	2.2	Interview de l'IC		Prix	Quel est le prix du [item] en Gourdes Haïtiens ?	Chiffre		Produit / service
Comment fluctuent les prix des produits /services évalués ?	3.1	Interview de l'IC	Perception de fluctuation de prix [indicateur pour le premier cycle de collecte]	Perception de la fluctuation de prix	Selon vous, est-ce que les prix ont changes depuis le mois dernier ?	Select one	Non les prix n'ont pas changé ; Les prix ont monté ; Les prix ont descendu	Produit / service
	3.2	Interview de l'IC		Raison de l'augmentation de prix	[Si les prix ont augmenté] : Selon vous quelle est la raison de cette augmentation	Select multiple	Insécurité en ville ; Mauvais état des routes ; Absence de moyen de transport ; A cause d'une catastrophe naturelle ; Le	

							<p><i>prix de l'essence est monté ; Problème à la source d'eau ; Problème avec le camion ; Le taux d'échange ; Problème d'électricité ; Problème dans le comité de gestion d'eau ;</i></p>	
--	--	--	--	--	--	--	--	--

## 6. Plan de monitoring et d'évaluation

Objectif IMPACT	Indicateur externe de M&E	Indicateur interne de M&E	Point focal	Outil	L'indicateur sera-t-il suivi ?
Les acteurs humanitaires ont accès aux produits IMPACT		# de téléchargements de X produits du Centre de Ressources	Demande de du pays au siège	Journal_utilisateur (User_log)	<input checked="" type="checkbox"/> Oui
		Nombre d'organisations humanitaires ayant accès aux services/ produits IMPACT	# de téléchargements de X produits de Relief Web		Demande de du pays au siège
	# de téléchargements de X produits à partir de plates-formes au niveau du pays		Équipe du pays		<input type="checkbox"/> Oui
	# de clics sur x produits du bulletin global d'information REACH ( <i>global newsletter</i> )		Demande de du pays au siège		<input type="checkbox"/> Oui
	# de clics sur x produits du bulletin d'information du pays ( <i>country newsletter</i> ), sendingBlue, bit.ly		Équipe du pays		<input type="checkbox"/> Oui
	Nombre de personnes ayant accès aux services/ produits IMPACT	# de visites sur x webmaps/ x dashboards	Demande de du pays au siège		<input type="checkbox"/> Oui
Les activités d'IMPACT contribuent améliorer la mise en œuvre des programmes et la coordination de l'intervention humanitaire	Nombre d'organisations humanitaires utilisant les services/ produits IMPACT	# de références dans les documents HPC documents (HNO, SRP, Flash appeals, stratégie de Secteur/ de secteur)	Équipe du pays	Journal_référence (Référence_log)	<i>Haïti HNO/HRP 2021</i>
		# de références dans les documents d'un seul organisme			<i>Publications de réponse humanitaire EHA ou d'UNICEF (Haïti)</i>
Les acteurs humanitaires utilisent les produits IMPACT	Les acteurs humanitaires utilisent les données/produits IMPACT comme base de prise de	Perception de la pertinence des programmes pays d'IMPACT	Équipe du pays	Modèle Usage_Retour et Usage_Sondag	<i>Enquête en ligne des partenaires du Secteur (au moins 5 organisations) EHA pour évaluer l'usage des trois publications à la fin janvier 2021</i>

	<p>decision, planification et fourniture de l'aide.</p> <p>Nombre de documents humanitaires (HNO, HRP, plan stratégique d'un Secteur/organisme, etc.) directement informés par les produits IMPACT</p>	<p>Perception de l'utilité et de l'influence des résultats d'IMPACT</p> <p>Recommandations pour renforcer les programmes d'IMPACT</p> <p>Perception des compétences du personnel d'IMPACT</p> <p>Perception de la qualité des produits/programmes</p> <p>Recommandations pour renforcer les programmes d'IMPACT</p>		<p>e (Usage_Feedback and Usage_Survey_Template)</p>	
<p><b>Les acteurs humanitaires sont engagés dans les programmes IMPACT</b></p>	<p>Nombre et/ou pourcentage d'organisations humanitaires contribuant directement aux programmes d'IMPACT (en fournissant des ressources, en participant à des présentations, etc.)</p>	<p># d'organisations fournissant des ressources (par ex, personnel, véhicules, espace de réunion, budget, etc.) pour la mise en œuvre des activités</p> <p># d'organisations/ de Secteurs qui participant à la conception de la recherché et à l'analyse conjointe</p> <p># d'organisations/ de Secteurs qui assistant à des séances d'information sur les résultats</p>	<p>Équipe du pays</p>	<p>Journal_Engagement (Engagement_Log)</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> Oui</p> <p><input type="checkbox"/> Oui</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Oui</p>

## Annexe 1: Plan de diffusion

**A. Les événements clés et les dates de planification** de la communauté humanitaire au sens large, qui doivent être pris en considération lors de l'élaboration du plan de diffusion :

	Dates de planification interne	Étapes externes
<b>Octobre</b>	Les résultats du premier cycle de collecte seront publiés avant le 31 octobre pour alimenter le suivi des prix des impacts secondaires du COVID du Cluster EHA Global	
<b>Novembre</b>	Les résultats du deuxième cycle de collecte seront publiés avant le 30 novembre pour alimenter le suivi des prix des impacts secondaires du COVID du Cluster EHA Global	
<b>Décembre</b>	Les résultats du troisième cycle de collecte seront publiés avant le 31 décembre pour alimenter le suivi des prix des impacts secondaires du COVID du Cluster EHA Global	

**B. Plan de diffusion :**

#	Produits	Message	Partenaires	Moyens de diffusion	Objet	Responsable	Calendrier
<b>Nom du programme : Suivi de prix de produits EHA dans les marchés Haïtiens (HT12001)</b>							
<b>Objectif du programme : Informer la réponse humanitaire EHA en Haïti</b>							
1.	Fiche d'information sur le prix et la disponibilité des produits/services EHA	Prix mensuel médian des produits/services EHA suivis  -> pour planifier une réponse basée sur les TM pour le Secteur EHA et surveiller l'impact des prix suite au COVID	Secteur EHA Haïti- UNICEF	Mailing général des produits (liste de diffusion des partenaires et du Secteur)  Présentation des résultats lors de la prochaine réunion du Secteur EHA	<b>Informers la réponse humanitaire :</b> Informers la communauté humanitaire pour une meilleure prise de décisions	Chargé d'évaluation	Avant la fin du mois de collecte de données
			Cluster EHA Global	Remplissage du formulaire : COVID Secondary Impact Price Monitoring V2_SPA <a href="https://ee.humanitarianresponse.info/x/rpNk9zmV">https://ee.humanitarianresponse.info/x/rpNk9zmV</a>	<b>Comparaison globale</b>	UNICEF	Avant la fin du mois de collecte de données
		Pénuries potentielles de produits/services EHA -> pour planifier une réponse basée sur les TM pour le Secteur EHA	Secteur EHA Haïti- UNICEF	Mailing général des produits (liste de diffusion des partenaires et du Secteur)  Présentation des résultats lors de la prochaine réunion du Secteur EHA	<b>Informers la réponse humanitaire :</b> Informers la communauté humanitaire pour une meilleure prise de décisions	Chargé d'évaluation	Avant la fin du mois de collecte de données
		Principales raisons des éventuelles pénuries de produits et services EHA -> pour planifier une réponse basée sur les TM pour le Secteur EHA	Secteur EHA Haïti- UNICEF	Mailing général des produits (liste de diffusion des partenaires et du Secteur)  Présentation des résultats lors de la prochaine réunion du Secteur EHA	<b>Informers la réponse humanitaire :</b> Informers la communauté humanitaire pour une meilleure prise de décisions	Chargé d'évaluation	Avant la fin du mois de collecte de données