

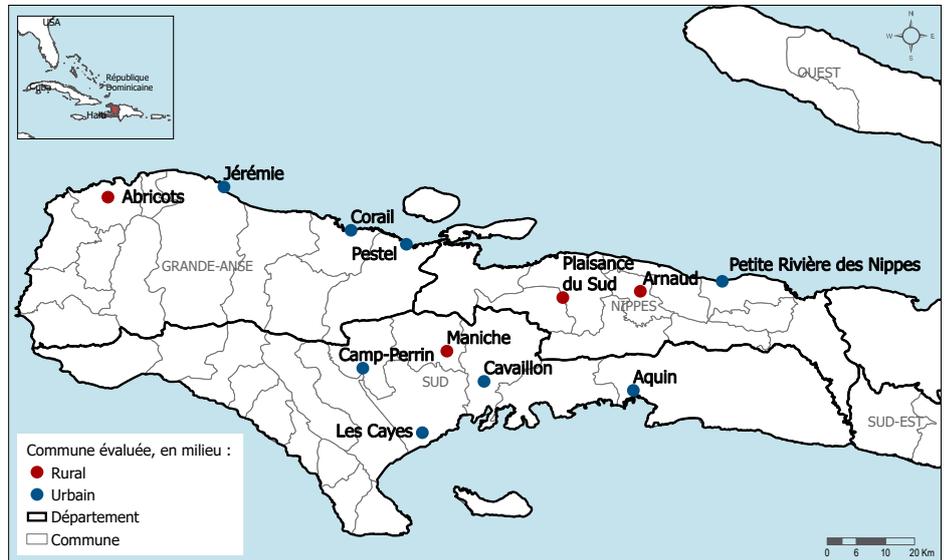


INTRODUCTION

Le 14 Août 2021, un séisme de magnitude 7,2 a considérablement affecté les trois départements du Grand Sud (les Nippes, la Grand'Anse et le Sud). Selon les Nations Unies en Haïti, plus de 650 000 personnes avaient besoin d'une aide humanitaire encore deux semaines après le séisme¹. Cette évaluation s'inscrit dans la continuité de l'initiative conjointe de suivi des marchés (ICSM) mise en place en novembre 2020², et de l'évaluation rapide conjointe des marchés (ERCM) menée deux semaines après le séisme³ ; sous la coordination et la supervision technique de REACH et du groupe de travail sur les transferts monétaires (GTTM), avec la participation des partenaires humanitaires. Le PAM et REACH poursuivent donc avec l'ICSM Grand Sud, les efforts de compréhension des impacts du séisme sur les marchés, dans l'objectif d'aider à la conception et à la mise en œuvre par les acteurs humanitaires de programmes de transferts monétaires (TM). L'ICSM Grand Sud complète désormais l'ICSM toujours mis en œuvre dans les autres départements en Haïti.

Cette fiche d'information fournit un aperçu des résultats du 2^{ème} cycle de collecte de données de l'ICSM Grand Sud (du 3 au 14 novembre 2021). Les enquêtes portaient sur 7 produits alimentaires, 7 produits d'hygiène et d'assainissement, 12 biens non alimentaires (BNA), 9 produits abris, ainsi que le charbon, l'eau de boisson, le coût du transport du domicile des clients au marché et celui d'un appel téléphonique d'une heure en Haïti. Les marchés enquêtés ont été sélectionnés par le PAM et REACH selon des critères de taille (avec grossistes), d'accessibilité, et de milieu, pour couvrir à la fois les milieux urbain et rural. Parmi les informations présentées figurent notamment (i) la disponibilité des prix médians des produits, (ii) le coût du panier réduit de l'ICSM et (iii) des informations sur l'approvisionnement des produits, la fréquentation du marché et l'accès à l'eau de boisson par les clients.

LOCALISATION



CHIFFRES CLÉS

- 2** partenaires ont collecté :
- 1084** prix de **38 produits** auprès de :
- 190** informateurs clés dont : **158** commerçants et **32** clients dans :
- 12** communes dont : **8** urbaines et **4** rurales dans :
- 3** départements

🛒 PRIX MÉDIANS DES PRODUITS ÉVALUÉS ET ESTIMATION DU COÛT DES PANIERS⁶

Panier alimentaire ICSM HTG 14 748 USD 148,08

Produit	Unité	Quantité par panier (5 pers.) ⁴	Prix médian (HTG)
Farine de blé	1kg ⁵	30	125
Riz	1kg	20	154
Maïs	1kg	10	109
Sucre	1kg	3	138
Haricot noir	1kg	10	219
Haricot rouge	1kg	10	250
Huile végétale	1 gal	1,5	1 155

Panier EHA ICSM HTG 2 171 USD 21,80
sans eau, bokit, bassine ni éponge

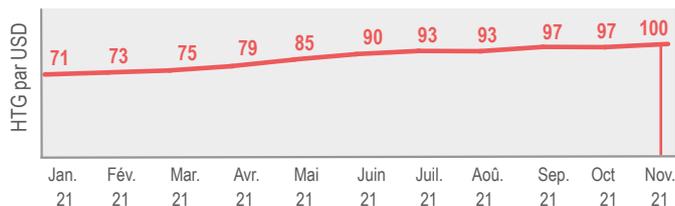
Produit	Unité	Quantité par panier (5 pers.) ⁴	Prix médian (HTG)
Savon lessive	1 pièce (75 g)	17	36
Brosse à dents	1 pièce (p)	5	25
Dentifrice	1 pièce (85 g)	1	69
Papier toilette	1 pièce (p)	5	50
Serviettes hygiéniques	1 paquet (8 p)	6	100
Chlore en grains	1 sachet (11g)	15	5
Savon mains	1 pièce (75 g)	17	30

Panier ICSM réduit HTG 16 919 USD 169,87
Alimentaire + EHA sans eau, bokit, bassine ni éponge



Fluctuation de la gourde haïtienne (HTG) par rapport au dollar américain (USD)⁷ depuis janvier 2021 :

La gourde haïtienne continue de s'apprécier par rapport au dollar américain ce mois-ci. Cette hausse se poursuit régulièrement depuis le mois de janvier 2021 passant de 71 HTG en janvier à 100 HTG en décembre 2021.



PRIX PAR DÉPARTEMENT⁶

Panier alimentaire ICSM ▲ +14% dans le département du Sud

Département	Farine de blé (1kg)	Riz (1kg)	Maïs (1kg)	Sucre (1kg)	Haricot noir (1kg)	Haricot rouge (1kg)	Huile (1 gal)	Total HTG	Total USD
Sud	125 ▲ +11%	135 ▲ +17%	109 ▲ +25%	121 ▲ +17%	250 ▲ +20%	292 ▲ +8%	1 121 ▲ +17%	HTG 14 989	USD 150,50
Grand'Anse	125	154	126	138	208	208	1 150	HTG 14 393	USD 144,52
Nippes	125	154	109	138	208	229	1 175	HTG 14 465	USD 145,24

Panier EHA ICSM ▶ 0% dans le département du Sud sans eau, bokit, bassine ni éponge

Département	Savon lessive (75g)	Brosse à dents (1p)	Dentifrice (85g)	Papier toilette (1p)	Serv. hygien. (8p)	Chlore en grains (11g)	Savon mains (75g)	Total HTG	Total USD
Sud	35 ▶ 0%	25 ▶ 0%	57 ▶ 0%	50 ▶ 0%	100 ▶ 0%	5 ▶ 0%	25 ▶ 0%	HTG 2 052	USD 20,61
Grand'Anse	40	25	66	60	100	8	55	HTG 2 707	USD 27,18
Nippes	60	25	75	50	105	31	25	HTG 2 530	USD 25,40

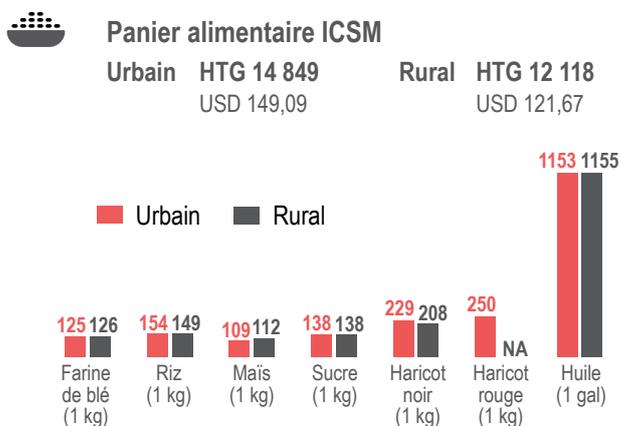
Panier ICSM réduit ▲ +13% dans le département du Sud

Sud	HTG 17 046	USD 171,11
Grand'Anse	HTG 17 100	USD 171,69
Nippes	HTG 16 995	USD 170,64

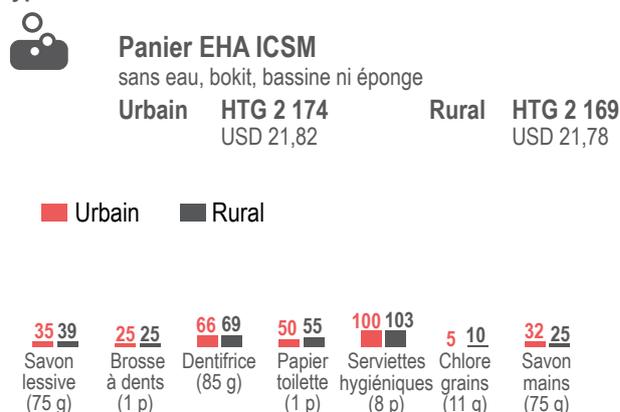
Seules les variations pour le département du Sud sont présentées, en raison du manque de données dans les départements de la Grand'Anse et des Nippes durant le 1^{er} cycle de collecte.

PRIX PAR MILIEU (URBAIN OU RURAL)⁶

Différences de prix des produits alimentaires par type de milieu⁸ :



Différences de prix des produits d'hygiène et d'assainissement par type de milieu⁸ :



Panier ICSM réduit

Urbain	HTG 17 023	USD 170,96
Rural	HTG 14 295	USD 143,53

Le panier rural est moins cher que le panier urbain en partie parce qu'il ne contient pas les haricots rouges, qui n'ont pas été trouvés sur les marchés ruraux enquêtés lors de ce cycle de collecte.



PRIX ET DISPONIBILITÉ DE L'EAU DE BOISSON pour les départements du Sud et de la Grand'Anse

Prix moyen de l'eau de boisson (5 gal)¹¹ :

HTG 0 USD 0,00

Prix médian de l'eau de boisson (5 gal) payante :

HTG 75 USD 0,75

L'eau était gratuite pour 90% des clients interrogés, ce qui explique que la moyenne du prix de l'eau soit nulle. La médiane de l'eau de boisson payante a été calculée uniquement pour les 10% des clients qui nous ont rapporté qu'ils payaient l'eau à la source.

Prix moyen l'eau de boisson (N=30) et prix médian de l'eau de boisson payante (N=3) par département :

	Eau de boisson (5 gal)	Eau de boisson payante (5 gal)
Sud	0	50
Grand'Anse	0	100

Les prix de l'eau de boisson n'ont pas été collectés dans les Nippes pour ce cycle.

Prix moyen l'eau de boisson (N=30) et prix médian de l'eau de boisson payante (N=3) par milieu :

	Eau de boisson (5 gal)	Eau de boisson payante (5 gal)
Urbain	0	100
Rural	5	50

Les raisons rapportées par les clients pour lesquelles ils payaient l'eau étaient : pas d'autre option ou que l'eau était de meilleure qualité pour les clients s'étant approvisionné dans les boutiques ou kiosques privés, et parce que l'eau était moins chère pour un client qui s'est approvisionné à une source non aménagée.

Sources principales d'eau de boisson des ménages, selon les clients interrogés (N=30) :

Source aménagée (borne fontaine, pompe)	47%	
Rivière ou source non aménagée	33%	
Boutique ou kiosque privé	7%	
Kiosque public	7%	

Conditions d'accès à l'eau :



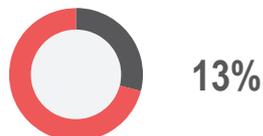
des clients interrogés qui participent à l'approvisionnement en eau de leur ménage (N=30) ont rapporté que leur ménage a fait face à des ruptures d'eau au cours de la semaine précédant la collecte.

Les ruptures d'eau ont toutes été rapportées en milieu urbain, et concernaient toujours une eau gratuite. 27% des clients interrogés en Grand'Anse y ont été confrontés (N=11), 11% de ceux dans le Sud (N=19).

Temps d'approvisionnement (aller-retour à la source, N=30) :



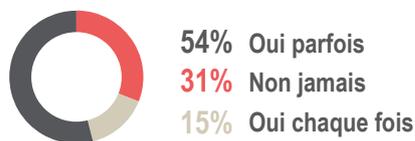
Qualité de l'eau consommée :



des clients interrogés (N=30) considéraient que l'eau de boisson qu'ils se procurent / achètent était déjà traitée.

L'eau déjà traitée à la source était principalement payante. Elle se trouvait dans des proportions similaires en milieu rural (13%, N=8) et urbain (14%, N=22), et relativement similaires en Grand'Anse (18%, N=11) et au Sud (11%, N=19).

Traitement de l'eau à domicile :



des clients interrogés qui traitaient l'eau à domicile, parmi ceux qui s'approvisionnaient à une source dont l'eau n'était pas déjà traitée (N=26).

Le traitement de l'eau à domicile concernait une eau gratuite uniquement. L'eau était en proportion davantage traitée par les clients interrogés de la Grand'Anse (seulement 11% ne la traitaient jamais, N=9) que ceux interrogés au Sud (41%, N=17).

PERCEPTION DES COMMERÇANTS INTERROGÉS SUR L'ÉVOLUTION DES PRIX DES PRODUITS ALIMENTAIRES la semaine suivant la collecte

Selon les commerçants interrogés (N=75), les prix des produits alimentaires :



La rareté du carburant et le pays bloqué ne sont pas des raisons principales de l'augmentation des prix cités par les commerçants de produits alimentaires interrogés (respectivement 6% et 1% des commerçants les ont rapportés, N=75). Toutefois, les raisons citées ci-dessus peuvent être liées à cette pénurie. La proportion de commerçants interrogés ayant rapporté que les prix allaient augmenter la semaine suivant la collecte est plus importante qu'au cycle précédent, probablement parce que les prix des produits alimentaires ont considérablement augmenté depuis le cycle 1 (14% dans le département du Sud), comme indiqué à la page précédente de cette fiche.

Principales raisons de l'augmentation des prix selon les commerçants (N=75)¹⁰ :

Le taux de change augmente	83%	
Les clients arrivent à court de ces articles	43%	
Les distributions humanitaires vont cesser	39%	
Les frontières vont fermer ou rester fermées	20%	



PRIX MÉDIANS D'AUTRES PRODUITS ÉVALUÉS

Prix médian du charbon :

HTG 50 USD 0,50

Le charbon a augmenté de 18% dans le département du Sud par rapport au cycle 1. Il a été durant ce cycle 2 plus cher en Grand'Anse et surtout dans les Nippes qu'au Sud, et plus cher en milieu rural, alors qu'il était au même prix dans les milieux urbain et rural en cycle 1.

Prix médian du charbon par département :

Produit	Charbon (1 marmite)
Sud	59
Grand'Anse	43
Nippes	150

Prix médian du charbon par milieu :

Produit	Charbon (1 marmite)
Urbain	50
Rural	68

Biens non alimentaires (BNA) et produits abris :

Afin de fournir des informations sur d'autres articles pouvant être considérés comme liés à des besoins urgents (pour un usage unique mais pas sur une base mensuelle), des prix ont été collectés pour 12 BNA (9 ustensiles de cuisine, 3 produits d'hygiène et la couverture) et 9 produits abris. Un nombre insuffisant de prix a été collecté pour ces produits pour les raisons suivantes : (i) un manque d'articles disponibles sur les marchés (ii) les enquêteurs ne les ont pas trouvés (iii) un nombre limité de commerçants vendaient ces articles. Les prix de ces articles sont donc difficilement comparables à ce stade. Par exemple, le prix médian du fil d'attache en Grand'Anse était de 7 000 HTG, alors qu'il valait 256 HTG aux Nippes. Cela pourrait être dû à une différence de taille, de type de matériau ou de qualité plutôt qu'à des différences liées à l'activité commerciale ou à la zone géographique. Il en est de même pour la machette qui valait en médiane 350 HTG en Grand'Anse et 1 000 HTG dans les Nippes. Le marteau était toutefois au même prix dans ces deux départements. Ces prix pourront davantage faire l'objet de comparaison suite à la collecte du cycle 5.

Produit	Unité	Prix médian (HTG)
Grande casserole*	1 pièce	1 188
Moyenne	1 pièce	1 000
Poêle**	1 pièce	815
Godet*	1 pièce	100
Assiette*	1 pièce	100
Cuillère à manger*	1 pièce	18
Cuillère de service*	1 pièce	100
Couteau de cuisine*	1 pièce	75
Bokit	1 pièce	250
Bassine*	1 pièce	206
Eponge*	1 pièce	25
Couverture*	1 pièce	500

Produit	Unité	Prix médian (HTG)
Corde**	1 pièce	11 000
Scie**	1 pièce	1 000
Pelle**	1 pièce	1 050
Machette***	1 pièce	675
Sécateur**	1 pièce	5 000
Marteau***	1 pièce	750
Bâche**	1 pièce	2 500
Clou***	1 pièce	153
Fil d'attache***	1 pièce	400

*pas de prix collectés aux Nippes

**pas de prix collectés ni aux Nippes ni au Sud

***pas de prix collectés au Sud

FRÉQUENTATION

Nombre de clients fréquentant le magasin par jour (N=158) :



47% Moins de 20
37% Entre 21 et 60
11% Plus de 60
4% Pas de réponse¹¹

En milieu rural, 53% des commerçants interrogés (N=53) recevaient entre 21 et 60 clients par jour, tandis qu'en milieu urbain 56% (N=105) ont rapporté en recevoir moins de 20.

Évolution de la fréquentation du magasin la semaine précédant la collecte selon les commerçants (N=158) :



30% Plus nombreux
57% Moins nombreux
13% Pareil

Facteurs pouvant influencer la fréquentation :

75 HTG coût médian d'un trajet domicile-marché des clients interrogés (50 HTG en milieu urbain, et 200 HTG en milieu rural).

Les commerçants interrogés en milieu rural ont rapporté en même proportion que la fréquentation avait baissé et augmenté (respectivement 43% et 45%, N=53), tandis qu'en milieu urbain une majorité de commerçants ont rapporté qu'elle avait baissé (64%, N=105).

Principales raisons de la baisse de la fréquentation d'après les commerçants (N=90)¹⁰ :

Les produits sont devenus trop chers pour les clients **97%**
Les fournisseurs n'ont plus assez de stock **16%**

Principales raisons de la hausse de la fréquentation d'après les commerçants (N=48)¹⁰ :

Les clients ont plus de besoins **73%**
Les marchés à proximité n'ont plus assez de stock **52%**

En Grand'Anse et au Sud, une majorité de commerçants interrogés ont rapporté que la fréquentation de leur magasin avait diminué (respectivement 75%, N=48 et 80%, N=50), tandis qu'aux Nippes, une majorité a rapporté qu'elle avait augmenté (55%, N=60).

Principales préoccupations des commerçants (N=158)¹⁰ :

Augmentation des prix **80%**
Diminution du nombre de clients **30%**
Risques de vols ou pillage **16%**
Difficultés pour se réapprovisionner en marchandises **16%**

La baisse de la fréquentation est une des principales préoccupations des commerçants interrogés au cours de ce cycle.

Aucun incident n'a été rapporté par les clients interrogés dans les marchés enquêtés.



APPROVISIONNEMENT EN NOURRITURE

Durée de stock estimée des commerçants (N=75) :

Entre 11 et 17 jours en moyenne selon les produits
11 pour les haricots rouges (N=22), 17 pour la farine de blé (N=66)

Durée de l'approvisionnement estimée des commerçants (N=75) :

Entre 3 et 6 jours en moyenne selon les produits
3 pour les haricots rouges (N=22), 6 pour l'huile (N=67)

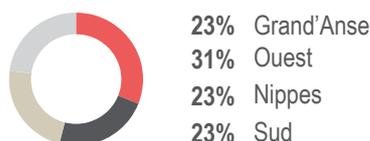
La majorité des commerçants interrogés n'ont pas rapporté de difficultés d'approvisionnement pour aucun des produits alimentaires évalués.

Principales raisons des difficultés d'approvisionnement selon les commerçants rapportant des difficultés :

- Absence de moyens de transport
- Indisponibilité chez les fournisseurs
- Insécurité sur les routes
- Les frontières ont été fermées
- Pas assez d'argent pour l'acheter : pour les haricots noirs et rouges

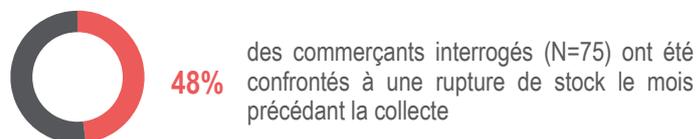
Localisation des fournisseurs :

Selon les commerçants de produits alimentaires interrogés (N=75), 99% des fournisseurs se trouvent en Haïti, dans les départements suivants :



Les commerçants interrogés s'approvisionnaient en majorité dans le département où ils exercent leur commerce, et dans une moindre mesure dans le département de l'Ouest pour 37% des commerçants interrogés de la Grand'Anse (N=27), et 46% de ceux dans les Nippes (N=28), mais aucun au Sud, où 11% s'approvisionnaient dans les Nippes (N=19).

Ruptures de stock :

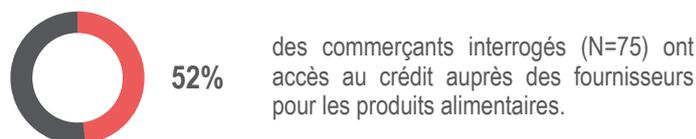


Ces ruptures concernaient principalement les commerçants de la Grand'Anse (85%, N=27), et moins ceux des autres départements (26% pour le Sud, N=19 et 28% pour les Nippes, N=29).

Principales raisons des ruptures de stock (N=36)¹⁰ :

Rareté du carburant	83%
Article trop cher	72%
Coût élevé de transport	64%

Accès au crédit :



APPROVISIONNEMENT EN PRODUITS D'HYGIÈNE ET D'ASSAINISSEMENT

Durée de stock estimée des commerçants (N=79) :

Entre 12 et 24 jours en moyenne selon les produits
12 pour le chlore en grain (N=37), 24 pour le dentifrice (N=70)

Durée de l'approvisionnement estimée des commerçants (N=79) :

Entre 5 et 7 jours en moyenne selon les produits
5 pour le savon lessive (N=46), le dentifrice (N=70), le papier toilette (N=70), les serviettes hygiéniques (N=68) et le savon mains (N=69), 7 pour la brosse à dent (N=72)

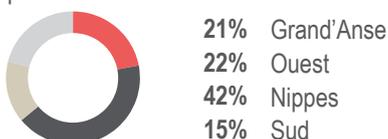
La majorité des commerçants interrogés n'ont pas rapporté de difficultés d'approvisionnement pour les produits d'hygiène et d'assainissement, sauf pour le savon lessive (52%, N=46) et le chlore en grain (51%, N=37).

Principales raisons des difficultés d'approvisionnement selon les commerçants rapportant des difficultés :

- Absence de moyens de transport
- Indisponibilité chez les fournisseurs
- Les frontières ont été fermées
- Insécurité sur les routes

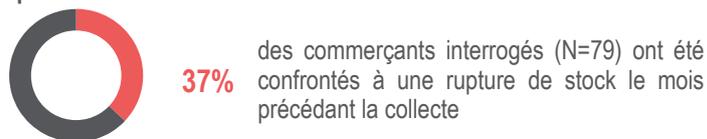
Localisation des fournisseurs :

Selon les commerçants de produits d'hygiène et d'assainissement interrogés (N=79), 99% des fournisseurs se trouvent en Haïti, dans les départements suivants :



Les commerçants interrogés s'approvisionnaient en majorité dans le département où ils exercent leur commerce, et dans une moindre mesure dans le département de l'Ouest : 33% des commerçants interrogés de la Grand'Anse (N=24), 22% de ceux des Nippes (N=32) et 9% de ceux du Sud (N=22). Les commerçants interrogés dans le Sud s'approvisionnaient aussi en grande partie dans les Nippes (36%, N=22).

Ruptures de stock :



Ces ruptures concernaient principalement les commerçants de la Grand'Anse (88%, N=24), et moins ceux des autres départements (27% dans le Sud, N=22 et 6% dans les Nippes, N=33). Les ruptures concernaient en proportion davantage le milieu urbain (43%, N=51) que rural (25%, N=28).

Principales raisons des ruptures de stock (N=29)¹⁰ :

Rareté du carburant	59%
Article trop cher	55%
Article indisponible chez les fournisseurs	48%

Accès au crédit :





DESCRIPTION DE L'APPROCHE DE L'ICSM

Méthodologie

La méthodologie de l'ICSM est basée sur la réalisation d'enquêtes en face-à-face auprès d'informateurs clés (IC) dans les marchés d'étude. Les IC sont sélectionnés parmi des commerçants détaillants vendant les produits que nous évaluons (« échantillon choisi »), et parmi les clients des marchés pour les aspects portant sur l'eau et la sécurité.

Les produits suivis dans le cadre de l'ICSM Grand Sud ont été sélectionnés par le PAM et REACH, en prenant en compte les articles listés dans le panier de dépenses minimum (*minimum expenditure basket* - MEB) Haïti 2019 et les quantités nécessaires pour subvenir aux besoins minimums d'un ménage de cinq personnes (sur la base d'un régime de 2100 kcal pour ce qui est du panier alimentaire ICSM). Cinq secteurs sont couverts par l'initiative : l'alimentation, l'eau, hygiène et assainissement (EHA), les biens non alimentaires (BNA) et les abris. Cependant seuls les produits alimentaires et d'EHA font l'objet d'un suivi quinzomadaire - le reste des articles sont suivis sur une base mensuelle.

La couverture géographique a été définie par le PAM et REACH, en faisant une différenciation entre les marchés ruraux et urbains (quatre à cinq marchés par département par semaine), mais aussi selon des critères de taille et d'accessibilité, afin d'assurer notre capacité à collecter des données de manière régulière.

Afin d'assurer la qualité et la cohérence des données collectées, il est demandé aux enquêteurs : (i) de collecter un minimum de quatre prix par article dans chaque localité et auprès de différents magasins ; (ii) d'enregistrer le prix le moins cher parmi les produits disponibles, sans tenir compte de la marque. Des indicateurs portant sur la situation des commerçants et la chaîne d'approvisionnement sont également évalués. Les données sont collectées via l'application de collecte de données KoBoCollect.

Analyses

Afin de minimiser l'effet des valeurs extrêmes, la médiane a été choisie comme valeur centrale pour l'analyse : (i) dans un premier temps, le prix médian a été calculé pour chaque produit et localité évaluée, à l'exception de l'eau de boisson - pour laquelle la moyenne tronquée à 20% a été considérée (sauf pour l'eau payante) ; (ii) par la suite, les médianes de ces prix médians locaux ont été calculées au niveau départemental, à l'échelle des trois départements évalués et par type de milieu, de manière à éviter les biais liés à des différences d'échelle.

Le prix du panier ICSM est calculé en multipliant le prix médian de chaque produit par les besoins mensuels estimés (cf. tableaux page 1), puis en effectuant la somme des coûts médians calculés par produit. Le panier complet ICSM vise à prendre en compte l'ensemble des produits et secteurs du MEB, cependant le panier présenté dans cette fiche d'information comprend seulement les produits alimentaires et EHA, sans l'eau, ni le bokit, ni la bassine ni l'éponge, en raison de complications méthodologiques qui n'ont pas permis d'obtenir de données robustes pour ces produits.

Ces résultats portent sur la médiane des prix les plus bas disponibles, ainsi la méthodologie utilisée diffère des calculs d'autres paniers en Haïti (tels que celui de la coordination nationale de la sécurité alimentaire, CNSA). Les informations collectées toutes les deux semaines par le PAM et REACH permettront d'analyser l'évolution des prix au cours du temps.

Défis et limites

Les informations fournies sur les prix correspondent à des quantités et unités préalablement définies. Or, pour certains articles, notamment alimentaires, il est difficile d'obtenir des mesures de poids dans les marchés (i.e. commerçants utilisant une marmite pour quantifier les produits). Des unités de mesure alternatives ont donc dû être définies

afin d'obtenir des données comparables.

Les données sont indicatives et non représentatives de l'ensemble des commerces pour le marché et la période de collecte en raison de la méthode d'échantillonnage choisie. Le prix médian à l'échelle des trois départements est estimé uniquement à partir des prix médians calculés sur les marchés couverts actuellement. Ces calculs ont

fait l'objet d'adaptations méthodologiques lorsqu'il manquait des données.

Enfin, certains produits et services n'étant pas pris en compte dans le panier réduit, une réflexion sera engagée au cours des cycles à venir afin d'élargir le panier considéré.

Notes

1 [OCHA, Haïti : Tremblement de terre. Rapport de situation numéro2, 26 août 2021](#)

2 [REACH, ICSM, TdR, novembre 2020](#)

[REACH, ICSM, Factsheet, septembre 2021](#)

3 [REACH, ERCM, Factsheet, septembre 2021](#)

4 Cette quantité vise à modéliser les besoins minimums d'un ménage de cinq personnes en Haïti pour une durée d'un mois, sur la base du MEB Haïti 2019 et des réflexions menées avec les partenaires du GTTM en amont du cycle 1.

La partie alimentaire du panier (panier alimentaire ICSM) prend en compte les besoins associés à un apport calorique de 2100 kcal par personne et par jour.

5 Mesures effectuées en grande marmite (contenant le volume standard sélectionné sur la base du modèle le plus cité), puis converties en kilogrammes pour chaque produit en kg.

6 Toutes les données présentées dans cette fiche sont indicatives et non représentatives.

7 [Info Euro](#) (Commission européenne), octobre 2021.

8 A noter que pour ce cycle, les commerçants interrogés en milieu urbain (N=105) étaient plus nombreux que ceux interrogés en milieu rural (N=53).

9 Ne sait pas, ne souhaite pas répondre

10 Les IC ayant eu la possibilité de choisir différentes réponses, la somme des pourcentages n'est pas égale 100%.

11 En raison d'un manque de comparabilité entre les lieux d'approvisionnement et la qualité de l'eau considérée pour l'eau de boisson, la distribution des prix apparaît relativement asymétrique pour ce produit. Les médianes par type de milieu et globale de l'eau de boisson sont donc basées sur les prix moyens tronqués à 20% et calculés au niveau des localités. Cette approche permet d'éviter une sous-estimation de la valeur de l'eau dans les localités ciblées tout en limitant l'influence des valeurs extrêmes.

Etude réalisée dans le cadre du :

Groupe de travail sur les transferts monétaires d'Haïti

Financée par :



Annexes :

[Termes de référence de l'ICSM Grand Sud](#)

[Factsheet ICSM Grand Sud Octobre 2021 Cycle1](#)

[Base de données analysées](#)

À PROPOS DE REACH

REACH facilite le développement d'outils et de produits d'information visant à renforcer la capacité des acteurs de l'aide à prendre des décisions fondées sur des données quantitatives et qualitatives dans des contextes d'urgence, de relèvement et de développement. REACH utilise des méthodologies basées sur la collecte et l'analyse approfondie de données, et l'ensemble de ses activités sont menées à travers les mécanismes inter-agences de coordination humanitaire. REACH est une initiative conjointe d'IMPACT Initiatives, d'ACTED et de l'Institut des Nations Unies pour la formation et la recherche - Programme d'applications satellitaires opérationnelles (UNITAR-UNOSAT).