



Haïti

# Examen de la communication avec les bénéficiaires

Avril 2013

[www.ifrc.org](http://www.ifrc.org)  
Sauver des vies, changer les mentalités.



Fédération internationale des Sociétés  
de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge

---

La Fédération internationale des Sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge (Fédération internationale) est le plus vaste réseau humanitaire de volontaires au monde, qui atteint 150 millions de personnes chaque année par le biais de ses 187 Sociétés nationales. Ensemble, nous oeuvrons avant, pendant et après les catastrophes et les urgences sanitaires pour répondre aux besoins et améliorer les conditions d'existence des personnes vulnérables. Nous agissons de façon impartiale, sans distinction fondée sur la nationalité, la race, le sexe, les croyances religieuses, la classe ou les opinions politiques.

Guidés par la Stratégie 2020 – notre plan d'action collectif pour faire face aux grands défis humanitaires et du développement de la décennie –, nous sommes déterminés à «sauver des vies et changer les mentalités».

Nous tenons notre force de notre réseau de volontaires, du savoir-faire acquis dans les communautés, de notre indépendance et de notre neutralité. Nous nous employons à améliorer les normes humanitaires, en tant que partenaires du développement et en intervenant en cas de catastrophe. Nous persuadons les décideurs d'agir en toutes circonstances dans l'intérêt des personnes vulnérables. Ce faisant, nous rendons les communautés saines et sûres, réduisons les vulnérabilités, renforçons la résilience et encourageons une culture de paix le monde entier.

---

*Nous tenons à remercier M<sup>me</sup> Caterina Monti, qui a conduit les recherches sur le terrain et l'analyse sur lesquelles le présent rapport est fondé.*

© Fédération internationale des Sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, Genève, 2013

Toutes les parties de cette publication peuvent être citées, copiées, traduites dans d'autres langues ou adaptées aux besoins locaux sans un accord préalable de la Fédération internationale des Sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, à condition de citer clairement le nom de la présente publication.

Toute demande de reproduction doit être adressée directement au Secrétariat de la Fédération internationale à l'adresse : [secretariat@ifrc.org](mailto:secretariat@ifrc.org).

Sauf indication contraire, la Fédération internationale détient le copyright de toutes les photos présentées dans ce rapport.

Photo de couverture : Telefon Kwa Wouj est un serveur vocal interactif gratuit accessible en composant le 733 qui permet aux utilisateurs de sélectionner et d'écouter un éventail de messages sur la santé, la préparation aux catastrophes et d'autres informations vitales.

---

Case postale 303  
CH-1211 Genève 19  
Suisse  
Téléphone : +41 22 730 42 22  
Fax : +41 22 733 03 95  
Courriel : [secretariat@ifrc.org](mailto:secretariat@ifrc.org)  
[www.ifrc.org](http://www.ifrc.org)

**Haïti – Examen de la communication avec les bénéficiaires**  
1253600 04/2013 F 2,000

Suivez-nous sur :



# Sommaire

.....

<b>Introduction</b>	<b>5</b>
<b>Résumé analytique</b>	<b>6</b>
<b>Étude de cas</b> SMS	12
<b>Étude de cas</b> Serveur vocal interactif	13
<b>Contexte et introduction</b>	<b>14</b>
<b>Étude de cas</b> Noula	18
<b>Étude de cas</b> Radio	19
<b>Recommandations</b>	<b>36</b>
<b>Étude de cas</b> Voiture à mégaphone	39



# Introduction

---

Il y a trois ans, le 12 janvier 2010, Haïti était frappé par un tremblement de terre. L'opération d'urgence engagée à la suite de cette catastrophe est déjà l'une de celles qui ont fait l'objet du plus grand nombre d'examens.

Pour nombre d'organisations, l'opération Haïti a été la première occasion de mettre en pratique les enseignements tirés de l'opération menée en Asie à la suite du tsunami de 2004 dans l'océan Indien.

Les discussions sur l'utilité, la pertinence et l'application de ses enseignements se poursuivront pendant des années encore.

Toutefois, depuis le tsunami de 2004, un élément nouveau relie toutes les situations et s'applique universellement : la reconnaissance que les organisations doivent mieux communiquer avec les personnes et les communautés qu'elles servent.

Il ne s'agit pas simplement d'annoncer l'approche d'une tempête ou de fournir des informations vitales sur les moyens de prévenir et de traiter les maladies.

La communication est un processus bidirectionnel. Collecter des renseignements et écouter les personnes que nous servons est tout aussi important, sinon plus, que fournir des informations.

Sans cela, nous ne pouvons pas espérer apporter aux sinistrés l'aide dont ils ont besoin ni, surtout, savoir ce dont ils n'ont pas besoin. Nous ne pouvons pas non plus garantir que les communautés reçoivent le soutien nécessaire, au bon endroit et au bon moment.

Dans le cas des pêcheurs indonésiens comme dans celui des vendeurs de rue haïtiens, ce flux bidirectionnel d'informations est d'une importance vitale.

C'est dans le cadre de l'opération Tremblement de terre en Haïti que la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge ont, pour la première fois, dépêché un délégué à la communication avec les bénéficiaires et ont, dès le départ, intégré les activités menées en la matière dans la stratégie globale.

En Haïti, le programme Croix-Rouge et Croissant-Rouge de communication avec les bénéficiaires fait appel aux nouvelles technologies et à des outils de communication de masse, tels que la radio, les SMS et autres, dans l'objectif d'atteindre davantage de personnes, plus rapidement et plus efficacement que jamais auparavant.

La présente étude examine comment ces outils ont été utilisés et quelle a été leur efficacité et propose des moyens de renforcer leur impact à l'avenir, que ce soit en Haïti ou ailleurs.

## Résumé analytique

.....

### **Les informations que nous fournissons correspondent-elles aux attentes et aux besoins de la population ?**

- 87,5% des personnes interrogées ont dit avoir reçu des informations de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge.
- 88,5% ont dit que les informations de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge leur avaient été utiles.
- 79% ont dit que les informations reçues étaient claires et faciles à comprendre.
- 82% ont dit avoir transmis les informations reçues à leur famille et à leurs amis.
- 7 596 appels ont été passés en 2012 au service téléphonique Noula de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge destiné à répondre aux questions et aux doléances, soit une augmentation de 350% par rapport à 2011. Cette hausse est due à l'intégration du service dans le programme opérationnel de retour des camps et de réinstallation, qui vise à aider la population à quitter les camps et à s'installer dans des logements plus sûrs.
- Plus d'un million d'appels ont été passés au serveur vocal interactif gratuit Telefon Kwa Wouj durant ses 10 premiers mois d'activité.
- En 2012, les réponses à plus de 1 100 appels ont été diffusées en direct durant l'émission radiophonique Radyo Kwa Wouj.

De toute évidence, le taux de couverture par les informations diffusées par la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge est bon, la grande majorité de la population ayant reçu des informations, les ayant trouvées utiles et les ayant transmises à d'autres membres de leur communauté.

Parallèlement, de plus en plus de personnes cherchent à obtenir par elles-mêmes les informations de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, comme en atteste le grand nombre de personnes qui appellent le serveur vocal gratuit Telefon Kwa Wouj, le service Noula et l'émission Radyo Kwa Wouj.

### **Toutes les informations dont vous avez besoin dans votre poche – Telefon Kwa Wouj**

Le nouveau serveur, Telefon Kwa Wouj, qui a été récemment ajouté à la gamme d'outils de communication avec les bénéficiaires disponibles en Haïti connaît à ce jour un vif succès, recevant une moyenne de plus de 100 000 appels par mois. Le service, en activité depuis 10 mois, avait déjà reçu plus d'un million d'appels au 1<sup>er</sup> avril 2013. Financé par une subvention du Fonds pour l'innovation humanitaire, Telefon Kwa Wouj constitue une avancée importante dans le domaine de la communication d'informations aux communautés. Les utilisateurs accèdent à un menu audio, qui leur permet d'obtenir en toute confidentialité l'information dont ils ont besoin – une innovation particulièrement appréciée.

Au cours de l'année 2012, en moyenne par mois, près de 16 000 personnes ont écouté des informations sur la santé sexuelle, plus de 12 000 personnes des informations sur le choléra et plus de 8 500 personnes des informations sur la préparation aux catastrophes.

Le nombre d'appels a considérablement augmenté – jusqu'à 8 fois – lorsque le numéro de Telefon Kwa Wouj (733) a été inclus dans les SMS envoyés à la population. L'accès à des informations spécifiques a été amélioré par l'ajout de menus dirigeant les utilisateurs vers des messages pertinents, tels que des messages sur la préparation aux catastrophes pendant la saison des ouragans.

En plus de fournir des informations, le système permet de mener des enquêtes automatisées et de recueillir l'avis des utilisateurs. Cette technologie présente un potentiel énorme, mais doit être affinée afin de garantir que les données collectées sont utiles, représentatives et effectivement prises en compte dans les activités opérationnelles.

## **Communiquer avec des millions de personnes sur simple pression d'un bouton – SMS**

Un très grand nombre de SMS ont été envoyés et reçus. Plus de 60% des personnes interrogées dans le cadre de cette étude ont indiqué avoir reçu des SMS de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge. Ces messages sont très appréciés, en particulier lorsqu'ils contiennent des informations sur les situations d'urgence, donnent des instructions utiles et pratiques sur les mesures que peuvent prendre les individus et arrivent en temps opportun, par exemple à l'approche d'une tempête.

Les SMS ne pouvant contenir que 140 caractères, il est difficile de transmettre des informations détaillées. C'est pourquoi le fait d'y inclure le numéro de Telefon Kwa Wouj peut inciter les gens à rechercher des conseils plus complets.

## **Centre d'appel de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge – Noula**

Depuis sa création en 2010, le service téléphonique Noula de réponse aux questions et aux doléances, conçu pour permettre aux bénéficiaires directs de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge de poser des questions sur les programmes qui les concernent, est plus sollicité chaque année (7 596 appels en 2012). Le service a déjà reçu plus de 2 400 appels au cours des deux premiers mois de 2013. Il est donc en bonne voie pour dépasser le record de l'année précédente.

Cette progression est due à l'intégration du service dans le programme de retour des camps et de réinstallation. Les familles enregistrées comme bénéficiaires de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge utilisent le service Noula pour obtenir des informations supplémentaires sur les possibilités qui s'offrent à elles de quitter les camps.

La présente étude a révélé que le service Noula était peu connu en dehors du cadre du programme de retour des camps et de réinstallation, mais qu'il pouvait être élargi et davantage promu. Dans les zones où la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge sont très présents, la population a dit préférer discuter avec un représentant plutôt qu'appeler le service téléphonique.

## **Une portée nationale grâce aux ondes – Radyo Kwa Wouj**

Depuis son lancement en 2010, Radyo Kwa Wouj s'est développée et diffuse maintenant deux émissions hebdomadaires sur deux stations de radio différentes – l'une a une forte audience à Port-au-Prince et l'autre une portée nationale.

L'émission bénéficie toujours d'une bonne écoute. Radyo Kwa Wouj est le plus populaire des outils de communication permettant à la population d'accéder par elle-même à des informations. Près d'un tiers des personnes interrogées dans le cadre de l'étude ont dit avoir déjà écouté l'émission, qui reçoit chaque semaine un grand nombre d'appels. En 2012, les réponses à plus de 1 100 questions ont été diffusées en direct.

La portée nationale de Radyo Kwa Wouj est un atout majeur, mais elle constitue aussi un défi car il faut veiller à ce que les informations fournies soient pertinentes pour tous les auditeurs. Quelques problèmes de réception, dont il faudrait rechercher la cause, ont été signalés. En outre, il faut étudier plus en détail les caractéristiques démographiques du public afin de déterminer s'il peut être élargi ou si le contenu peut ou doit cibler plus spécifiquement les personnes qui écoutent déjà l'émission.

Il faut examiner les possibilités de faire participer la communauté, notamment en invitant des membres de la communauté à s'exprimer pendant l'émission aux côtés des spécialistes du gouvernement et de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge.

## **Le pouvoir des affiches – graphisme**

Près de 60 % des personnes interrogées ont dit avoir vu des affiches et des brochures, ce qui confirme que les médias imprimés restent un outil de communication important du fait de leur omniprésence potentielle et de leur capacité de transmettre des messages par d'autres biais que le seul texte.

Toutefois, l'étude a révélé que les affiches étaient peu mémorables, seulement 5 % des personnes interrogées ayant affirmé que les informations transmises par ce biais étaient celles qu'elles avaient le mieux retenu.

Le caractère passif des supports imprimés, en particulier des affiches, fait qu'il est extrêmement difficile de retenir l'attention du public avec ces seuls outils.

Un meilleur ciblage – c'est-à-dire veiller à communiquer la bonne information aux bonnes personnes, au bon endroit et au bon moment – contribuera fortement à pallier cette lacune. De plus, l'intégration de supports papier dans les programmes opérationnels, pour attirer l'attention de la population sur d'autres sources d'information, telles que Noula, Telefon Kwa Wouj et Radyo Kwa Wouj, permettrait de rendre ces outils plus actifs, plus attrayants et plus mémorables.

## **Des informations ambulantes – voiture à mégaphone**

La voiture à mégaphone – un véhicule équipé d'un mégaphone et d'un micro – est un moyen de communication très apprécié dans les communautés. Bien que

cet outil soit limité à la région de Port-au-Prince, la vitesse à laquelle il peut être déployé pour fournir des informations très spécifiques aux communautés constitue un atout majeur.

Comme les affiches, ce type de véhicule utilisé seul risque d'être un moyen de communication trop passif pour avoir un impact important. Cet outil est donc plus efficace quand il est utilisé dans le cadre d'une campagne plus vaste, par exemple de prévention du choléra.

La voiture à mégaphone brouille les frontières entre la communication à distance et la communication face à face, en assurant une présence physique dans les zones où elle diffuse des messages. De ce fait, elle offre des possibilités importantes de renforcer le dialogue avec les communautés et de collecter directement leur avis, possibilités qu'il faut étudier plus en détail.

## **Un contact humain – la communication face à face**

Bien que l'étude ait révélé que les outils de communication avec les bénéficiaires atteignent près d'un tiers de plus de personnes que les activités en face-à-face, il ne serait pas surprenant que les interactions en personne soient le moyen de communication que les communautés préfèrent et jugent le plus mémorable.

Les activités de communication avec les bénéficiaires et les activités face-à-face ne sont pas incompatibles. Comme nous l'avons vu, il est possible de renforcer l'impact global en combinant plusieurs méthodes de communication, par exemple en indiquant le numéro de Telefon Kwa Wouj dans les SMS envoyés à la population et le numéro du serveur Noula dans les brochures relatives aux programmes de retour des camps et de réinstallation.

Les activités de communication avec les bénéficiaires et les activités face-à-face devraient être planifiées ensemble afin qu'elles aient un impact accru et se renforcent mutuellement. Cela contribuerait aussi à augmenter le flux d'information au sein des communautés.

S'il n'est pas possible de mener des activités face-à-face, les outils de communication avec les bénéficiaires peuvent être utilisés pour améliorer l'échange d'information et ainsi atteindre les personnes qui ne peuvent pas bénéficier des interactions en personne.

## **Prendre en compte les retours d'information – redevabilité**

L'utilisation d'outils visant à améliorer la redevabilité est un aspect essentiel des activités de communication avec les bénéficiaires. Il ne s'agit pas seulement d'informer les communautés de l'action de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge. Il faut aussi recueillir les doléances, les questions et les commentaires généraux des bénéficiaires et y répondre, et s'assurer que les retours d'information des communautés sont pris en compte dans la planification opérationnelle.

Parmi les personnes interrogées dans le cadre de l'étude, qui avaient adressé des questions ou des doléances à la Croix-Rouge et au Croissant-Rouge, plus de 85 % se sont dites satisfaites de la manière dont leur problème avait été réglé.

Toutefois, nombre de personnes ont dit qu'elles auraient souhaité soumettre une question mais qu'elles ne savaient pas comment faire.

Il ne fait aucun doute que les outils existants de communication avec les bénéficiaires ont le potentiel d'améliorer la communication des communautés vers la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge.

Des efforts accrus doivent être déployés pour faire connaître les mécanismes mis à la disposition de la population d'Haïti pour adresser des questions, des doléances et des commentaires à la Croix-Rouge et au Croissant-Rouge.

De même, des efforts accrus doivent être faits pour garantir que les nombreux retours d'information sont analysés de manière efficace et communiqués aux responsables des programmes, qui s'en serviront pour planifier la mise en œuvre et opérer des ajustements.

## Conclusion

Les activités de communication avec les bénéficiaires menées par la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge en Haïti ont sans aucun doute permis à des milliers de personnes d'accéder à des informations susceptibles d'améliorer et de protéger leur vie et celle de leur famille et de leurs proches.

Les technologies modernes de la communication offrent un large éventail d'outils et de possibilités qui, dans le secteur humanitaire, sont mis à profit pour venir en aide et apporter un soutien aux communautés, aux familles et aux individus.

L'expérience en Haïti démontre que la mise en place d'outils de communication avec les bénéficiaires est pratique et efficace. La situation en Haïti est unique, mais il y a de grandes chances que ces outils et techniques puissent être adaptés avec succès dans d'autres endroits du monde.

Comme c'est le cas pour les changements de comportement dans un domaine particulier ou les résultats d'une intervention spécifique, il est extrêmement difficile d'évaluer l'impact précis des activités de communication avec les bénéficiaires dans la mesure où celles-ci s'inscrivent dans un contexte général.

Individuellement, chacun de ces outils peut permettre de communiquer des informations à la population. Néanmoins, ces outils deviennent réellement efficaces lorsqu'ils sont intelligemment combinés et font partie intégrante du travail des équipes opérationnelles. Démêler l'impact d'une mesure particulière est une tâche colossale.

Toutefois, alors que des activités de communication avec les bénéficiaires sont poursuivies, en Haïti et ailleurs, il est nécessaire de conduire des recherches plus approfondies

pour déterminer et comprendre exactement l'impact que l'accroissement des échanges d'informations a sur les communautés et sur l'efficacité générale des programmes. Cela permettra d'obtenir non seulement des preuves supplémentaires de l'efficacité de ces activités, mais aussi des informations sur la manière dont les outils peuvent être mis en place et combinés de manière systématique afin d'en optimiser l'impact.

C'est dans le cadre de l'opération engagée à la suite du tremblement de terre en Haïti que les activités de communication avec les bénéficiaires ont pour la première fois été planifiées dès le départ. Désormais, le succès rencontré en Haïti aidant, l'intégration de la communication avec les bénéficiaires dans les opérations de secours en cas de catastrophe ne sera plus exceptionnelle, elle sera obligatoire.

## Étude de cas SMS

« Les messages étaient utiles car, ici, nous n'avons pas l'électricité et nous ne pouvons donc pas écouter la radio », explique Dana Petit-Frère, 21 ans, qui vit dans un camp depuis le tremblement de terre du 12 janvier 2010.

Quand leur maison a été détruite, Dana et sa famille ont dû aller vivre dans le camp de Parc La Couronne, situé dans la périphérie de Port-au-Prince. En 2010, Dana était élève en troisième année de secondaire, mais elle n'a jamais pu reprendre ses études. Elle a un fils de deux ans, qui est né dans le camp et ne connaît rien d'autre.

En mars 2010, la Fédération internationale a commencé à utiliser les SMS pour informer la population d'Haïti. Depuis, des informations essentielles expliquant aux individus ce qu'ils peuvent faire pour préserver leur santé et leur sécurité et celles de leur famille ont été envoyées à des millions de personnes par le biais des réseaux de téléphonie mobile Voila et Digicel.

« Les messages nous expliquaient comment rester à l'abri du danger et quoi faire pour ne pas tomber malade en vivant dans un camp. Les messages d'alerte météorologique étaient très importants, car ils nous expliquaient comment protéger nos familles et nos biens des tempêtes. »

Pour certains, ces messages étaient la seule source d'informations fiables et susceptibles de sauver des vies. Quand l'épidémie de choléra a éclaté en octobre 2010, les SMS se sont révélés particulièrement utiles car ils ont permis d'atteindre ceux qui, dans tout le pays, avaient désespérément besoin d'informations



sur une maladie qu'ils ne connaissaient pas. Des messages de prévention et de traitement du choléra ont été envoyés régulièrement afin que la population dispose des informations dont elle avait besoin.

« J'ai suivi les conseils que j'ai reçus par SMS, et cela nous a beaucoup aidés », dit Dana.

Maintenant, la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge s'emploient à aider toutes les personnes qui vivent dans le camp de Parc La Couronne, y compris Dana, son mari et leur jeune fils.

« J'espère que la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge vont continuer à nous envoyer des informations, ajoute Dana, car sans elles nous ne saurions parfois pas quoi faire. »

## Étude de cas

# Serveur vocal interactif

*«Le 733 est très facile à utiliser et fournit un grand nombre d'informations sur des sujets divers.»*

Joseph Markenson fait partie des centaines de milliers de personnes qui ont appelé le serveur vocal interactif gratuit Telefon Kwa Wouj pour obtenir des informations sur des questions telles que le choléra, la prévention du VIH et la préparation aux catastrophes. Joseph, 26 ans, vit dans le quartier de Carrefour dans le sud de Port-au-Prince avec sa femme et ses jumeaux de 10 mois – une fille et un garçon. Il a entendu parler de Telefon Kwa Wouj dans l'émission radiophonique bihebdomadaire de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, Radyo Kwa Wouj.

*«Dès que j'ai entendu parler du service, j'ai appelé et suivi les instructions. Je savais déjà certaines choses mais cet appel m'a permis de renforcer mes connaissances et d'en acquérir de nouvelles.»*

Telefon Kwa Wouj est un système de réponse vocale interactive, plus couramment utilisé pour des services tels que les services bancaires téléphoniques ou les services clients. Il s'inscrit dans le cadre des efforts continus que déploient la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge pour diffuser des informations qui peuvent sauver et améliorer la vie des individus. Il a été lancé fin mai 2012 sur deux réseaux de téléphonie mobile (Digicel et Voila). Maintenant que ces deux entreprises ont fusionné, Telefon Kwa Wouj est hébergé par le plus grand réseau du pays. L'appel au 733 est gratuit pour tous les abonnés, qui se chiffrent en millions. Au 1<sup>er</sup> avril 2013, le service avait reçu plus d'un million d'appels depuis son lancement le 28 mai 2010, dix mois plus tôt.

Non seulement le serveur Telefon Kwa Wouj diffuse des messages enregistrés, auxquels on a accès en appuyant sur des touches du clavier du téléphone, mais aussi il permet de mener des enquêtes en enregistrant les réponses des utilisateurs à des questions à choix multiples. Les informations collectées peuvent ensuite être analysées et utilisées pour orienter et améliorer les programmes opérationnels.

*«Ce système est utile car, parfois, il arrive qu'on ne puisse pas écouter les informations que diffusent la radio ou la*



*télévision à cause des pannes de courant. Le téléphone est donc pratique»,* explique Joseph.

Le système de réponse vocale interactive est le dernier des outils de communication que la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge ont mis en place en Haïti pour fournir des informations à ceux qui en ont besoin. La gamme d'outils comprenait déjà une émission de radio bihebdomadaire, l'envoi de SMS, Twitter, une voiture à mégaphone, des panneaux d'affichage, des affiches et des prospectus.

Tous les messages enregistrés sont en créole afin que les utilisateurs puissent les suivre et les comprendre facilement. En outre, ils sont simples et clairs. Ils contiennent des informations précises et des suggestions de mesures que les individus peuvent prendre pour rester en bonne santé et pour assurer leur protection et celle de leur famille.

Joseph dit que les conseils fournis dans les messages sont faciles à suivre.

*«Les messages étant faciles à comprendre, j'ai pu les communiquer à ma famille et à mes amis. Je leur ai dit qu'ils devraient eux aussi appeler le serveur. Les messages portant sur l'hygiène étaient les plus importants à mes yeux, car je ne veux pas que mes enfants tombent malades.»*

# Contexte et introduction

---

La Fédération internationale des Sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge (Fédération internationale) a mis en place un programme de communication avec les bénéficiaires en Haïti à la suite du tremblement de terre du 12 janvier 2010. L'objectif du programme était d'utiliser les outils de communication de masse pour établir un dialogue avec les communautés, fournir des informations à caractère humanitaire utiles et soutenir les projets opérationnels mis en œuvre par la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge. En outre, dans le cadre de ce programme, la Fédération internationale a organisé des campagnes de diffusion de messages sur la santé, l'hygiène et la préparation aux catastrophes, a informé les communautés sur les activités de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge et s'est attachée à collecter les avis et les commentaires des communautés, en vue de les prendre en compte dans l'élaboration de ses programmes.

Les outils de communication suivants ont été largement utilisés en Haïti.

## **TERA SMS**

Le système Tera SMS est issu de la collaboration avec les opérateurs de téléphonie actifs en Haïti. Il permet à l'équipe de communication avec les bénéficiaires d'envoyer des SMS à des personnes vivant dans des zones géographiques spécifiques ainsi qu'à une liste de numéros définie au préalable. Depuis janvier 2010, la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge ont envoyé plus de 100 millions de SMS contenant des informations sur la prévention du choléra, la préparation aux catastrophes, le VIH/sida, la vaccination des enfants et autres, à plus de 3 millions de personnes.

## **Centre d'appels Noula**

Le service téléphonique Noula est hébergé par un fournisseur externe indépendant et peut être appelé gratuitement. Il per-

met aux bénéficiaires de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge de poser des questions sur les services qui leur ont été fournis et de formuler leurs préoccupations et leurs doléances éventuelles. Depuis que la ligne a été ouverte, fin 2010, Noula a traité plus de 10 000 appels.

## **Radyo Kwa Wouj**

Cette émission radiophonique proposée par la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge depuis juillet 2010 a d'abord été diffusée une fois par semaine. Aujourd'hui, elle est diffusée deux fois par semaine sur l'ensemble du territoire. Il s'agit d'une émission de ligne ouverte pendant laquelle les auditeurs peuvent poser des questions à un panel d'experts sur des sujets spécifiques, tels que la préparation aux catastrophes et la prévention du choléra ou de la violence. Depuis son lancement, Radyo Kwa Wouj a diffusé plus de 200 heures d'émissions, pendant lesquelles les réponses à environ 2 000 questions ont été données en direct.

## **Voiture à mégaphone**

La voiture à mégaphone est un moyen de communication très répandu en Haïti. Equipée d'un mégaphone et d'un micro, elle a été utilisée par la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge dès le lendemain du tremblement de janvier 2010. Des voitures à mégaphone ont sillonné plus de 1 100 communautés, y compris les communautés vulnérables au choléra, et les camps considérés comme étant particulièrement exposés aux tempêtes tropicales Isaac et Sandy.

## **Telefon Kwa Wouj**

Mis en place fin mai 2012, Telefon Kwa Wouj est un serveur vocal interactif qui peut être appelé gratuitement. C'est un service similaire à ceux qu'utilise le secteur privé pour les services bancaires téléphoniques ou l'achat automatisé de

billets. Les utilisateurs peuvent naviguer dans les menus à l'aide du clavier de leur téléphone et accéder à l'information qui les intéresse, par exemple sur la prévention du choléra, la préparation des catastrophes et la santé sexuelle. En outre, le serveur permet de mener des enquêtes auprès des utilisateurs, qui enregistrent leurs réponses au moyen du clavier de leur téléphone. Depuis son lancement, le serveur a reçu plus d'un million d'appels.

### Supports de communication imprimés

Ce moyen de communication traditionnel, qui comprend les affiches, les brochures, les autocollants, les prospectus et autres, a été utilisé pour compléter les activités menées par les équipes opérationnelles pour faire connaître d'autres outils de communication avec les bénéficiaires, tels que Noula et Telefon Kwa Wouj. Grâce à ces supports imprimés, qui sont soit distribués soit affichés, des dizaines de milliers de personnes ont pu accéder à des informations essentielles. Dans le cadre du programme de retour des camps et de réinstallation, les prospectus qui ont été distribués indiquaient les numéros des deux services téléphoniques gratuits, Noula et Telefon Kwa Wouj. Les familles, qui étaient ainsi mieux informées sur les possibilités s'offrant à elles, pouvaient prendre une décision plus rapidement et quitter plus vite les camps.

En janvier 2013, il a été procédé à une évaluation du programme de communication avec les bénéficiaires afin de déterminer la mesure dans laquelle les objectifs du programme avaient été atteints et de formuler des recommandations pour l'avenir.

Pour les besoins de l'évaluation et afin de mesurer l'efficacité des activités de communication de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge avec les bénéficiaires,

six communautés ont été sélectionnées pour participer aux enquêtes auprès des ménages, aux discussions de groupe dirigées et aux entretiens avec des informateurs clés.

### Aperçu de la méthodologie

Les six communautés sélectionnées étaient Delmas 30, Carrefour Feuilles et Camp Cinéas à Port-au-Prince, et Sodo, Léogâne Mercery A et Léogâne Brache à l'extérieur de la capitale. S'agissant du profil démographique, la moitié des communautés choisies était urbaine et l'autre moitié rurale (à noter que la Banque mondiale a estimé que le ratio ville-campagne s'établissait à 53 % contre 47 %). De plus, la représentation des deux sexes était pratiquement égale (129 femmes (52,2 %) et 118 hommes (47,8 %)). Pour certains questionnaires, les répondants ne devaient pas indiquer leur sexe. Pour des raisons d'ordre logistique, toutes les communautés sélectionnées avaient déjà une certaine connaissance des activités de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge avant l'enquête.

#### Léogâne Brache et Mercery A

Brache (2 300 habitants), village situé près de la route principale qui relie Léogâne et Port-au-Prince, et Mercery A (1 500 habitants), petit village de pêcheurs situé sur la côte à quelques kilomètres au nord-ouest de Brache, sont deux communautés du département de l'Ouest, où la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge ont mené différents types d'activités, notamment des visites régulières, des entretiens face-à-face conduits par des employés et des volontaires, et des distributions de supports imprimés d'information. La voiture à mégaphone de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge a sillonné ces villages deux fois en 2012. Les villageois affirment qu'ils ne reçoivent pas régulièrement de SMS de la Croix-Rouge et

du Croissant-Rouge et qu'ils ne captent pas la fréquence sur laquelle l'émission Radyo Kwa Wouj est diffusée.

### Carrefour Feuilles et Delmas 30

Carrefour Feuilles (2 500 habitants) et Delmas 30 (2 100 habitants) sont deux communautés urbaines de Port-au-Prince, où la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge mettent en œuvre l'approche communautaire intégrée. Cette stratégie à base communautaire s'inscrit dans le long terme, ce qui signifie que les équipes de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge sont présentes dans les communautés et travaillent avec elles quotidiennement. Non seulement ces communautés bénéficient de la présence du personnel et des volontaires de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, mais aussi elles ont accès à un large éventail de supports imprimés d'information et sont régulièrement sillonnées par la voiture à mégaphone. De plus, elles captent la fréquence sur laquelle l'émission Radyo Kwa Wouj est diffusée ainsi que le réseau mobile qui permet de recevoir les SMS et d'appeler le serveur Telefon Kwa Wouj et le centre d'appel Noula.

### Camp Cinéas

Le camp Cinéas est un camp important situé dans le quartier de Delmas à Port-au-Prince. Il héberge environ 5 000 personnes. Des messages imprimés financés par le gouvernement sont distribués à la population, et, depuis la flambée de choléra en 2011, des équipes de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge se rendent tous les mois dans le camp pour mener des activités de promotion de l'hygiène. En outre, la voiture à mégaphone de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge sillonne le camp deux ou trois fois par mois, et le site est largement couvert par des réseaux de téléphonie mobile et de radiophonie.

### Sodo

Sodo est une ville d'environ 7 000 habitants située dans le département du Centre, à 60 kilomètres au nord de Port-au-Prince. Bien que Sodo soit relativement proche de la capitale, environ deux heures de route les séparent. Sodo est en grande partie rurale, et la population y est très dispersée. Depuis le tremblement de terre, la Croix-Rouge finlandaise a apporté un soutien au développement



de la section locale de la Croix-Rouge haïtienne à Sodo, qui mène des activités de promotion de l'hygiène, fournit des services supplémentaires de lavage des mains lors des manifestations locales et conduit des programmes de santé et de premiers secours communautaires. Grâce aux volontaires locaux, la section conduit des activités de communication face-à-face et affiche et distribue des affiches et d'autres matériels d'information imprimés. La voiture à mégaphone de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge ne se rend dans la région que deux fois par an environ. En théorie, la population devrait pouvoir capter Radyo Kwa Wouj, mais le terrain montagneux fait que cela n'est pas toujours possible. De même, la couverture des réseaux de téléphonie mobile est irrégulière et l'envoi de SMS n'est pas toujours fiable.

Au total, 282 questionnaires ont été collectés pour analyse. Dix parties prenantes actives dans quatre localités ont été sélectionnées comme principaux interlocuteurs, et des entretiens ont été conduits avec 11 autres acteurs clés appartenant ou non à la Croix-Rouge et au Croissant-Rouge.

## Étude de cas

# Noula

« La personne qui m'a répondu quand j'ai appelé le service Noula a vraiment pris le temps d'écouter ce que j'avais à dire », dit Mimose Pierre en se remémorant la première fois qu'elle a composé le 177.

À l'époque, cela faisait près de trois ans que Mimose, 27 ans, vivait sous une tente dans le camp Automeca, l'un des centaines de campements provisoires qui ont surgit à Port-au-Prince après le tremblement de terre de janvier 2010. La maison qu'elle habitait avec sa mère, son père et ses trois frères a été détruite par la secousse. Ce matin-là, son père était parti travailler. Il n'est jamais revenu.

En novembre 2012, lorsque la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge ont commencé à aider la population à quitter le camp Automeca, le centre d'appel Noula était utilisé pour améliorer la communication entre les personnes qui partaient et l'équipe de la Croix-Rouge et du Croissant chargée de la coordination des départs.

Le 177 est un numéro gratuit géré par Noula, un fournisseur privé de services de télécommunications. L'entreprise a été engagée par la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge en 2010 pour assurer un service de réponse aux questions et aux doléances. Le centre d'appel est une importante source d'informations tant pour les communautés où la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge sont actifs que pour les équipes opérationnelles de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, qui peuvent ainsi obtenir un retour d'information.

« J'ai appris l'existence du service Noula dans un prospectus que des agents de la Croix-Rouge distribuaient dans le camp, expliquant que nous pouvions appeler le 177 pour savoir quelles possibilités s'offraient à nous. Certaines personnes ont choisi de repartir dans les provinces, mais j'ai décidé de rester à Port-au-Prince car j'y suis née. »



Mimose Pierre dans sa nouvelle maison

« En appelant le service Noula, j'ai pu poser des questions sur le processus de réinstallation et obtenir des réponses. »

Grâce à l'aide et aux réponses qui lui ont été fournies, Mimose a appris comment le processus de réinstallation allait se dérouler et quelles démarches elle devait entreprendre auprès de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge pour que sa famille et elle puissent quitter le camp.

Aujourd'hui, Mimose vit dans une maison avec sa mère et ses trois frères cadets, qui sont scolarisés à plein temps. Étant l'aînée, Mimose vend des plats cuisinés pour faire vivre sa famille. Elle est très heureuse d'avoir quitté le camp et dit que, sans l'aide de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, sa famille et elle n'auraient pas pu partir.

« Je suis très reconnaissante à la Croix-Rouge et au Croissant-Rouge d'avoir aidé ma famille à quitter le camp Automeca. Quand on n'a pas vécu dans un camp, on ne peut pas imaginer ce que c'est. »

## Étude de cas

# Radio

«J'espère que l'émission de radio ne va pas s'arrêter, car la population ne sera jamais assez informée», dit Saintvilus Filisnord, 40 ans, qui vit maintenant à Sarthe 53, dans la banlieue de Port-au-Prince. Quand il a perdu sa maison à la suite du tremblement de terre du 12 janvier 2010, Saintvilus a dû aller vivre dans le camp Mais Gate 2, situé près de l'aéroport international.

«C'était très nouveau pour nous tous car nous n'avions jamais dû vivre sous une tente ou dans un camp auparavant. Nous avons besoin d'informations, et la Croix-Rouge nous les a fournies», explique-t-il.

Saintvilus fait partie des nombreux auditeurs de l'émission de radio de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, plus connue sous le nom de Radyo Kwa Wouj. Cette émission de ligne ouverte est diffusée chaque semaine sur deux stations de radio connues, le mercredi sur Radio One 90.1 FM et le vendredi sur Radio Caraïbes 94.5 FM. D'abord diffusée à Port-au-Prince, elle l'est aujourd'hui dans tout le pays. Elle constitue un moyen de donner des informations et des conseils vitaux notamment sur les premiers secours, le don de sang, le choléra, un éventail de questions de santé, la prévention de la violence et la préparation aux catastrophes. Un quart de l'émission est consacré aux questions des auditeurs. Depuis le lancement de l'émission, les réponses à plus de 2 000 questions ont été données en direct.

«Quand l'épidémie de choléra a éclaté, l'émission a joué un rôle essentiel car elle expliquait comment venir en aide à une personne souffrant de cette maladie», dit Saintvilus. «Ainsi, quand ma sœur a été atteinte, nous savions exactement quoi faire.»

Saintvilus, marié et père de quatre enfants, a entendu parler pour la première fois de l'émission par un autre habitant du camp Mais Gate 2. Depuis, il écoute Radyo KwaWouj aussi souvent que possible et encourage tout le monde à faire de même.

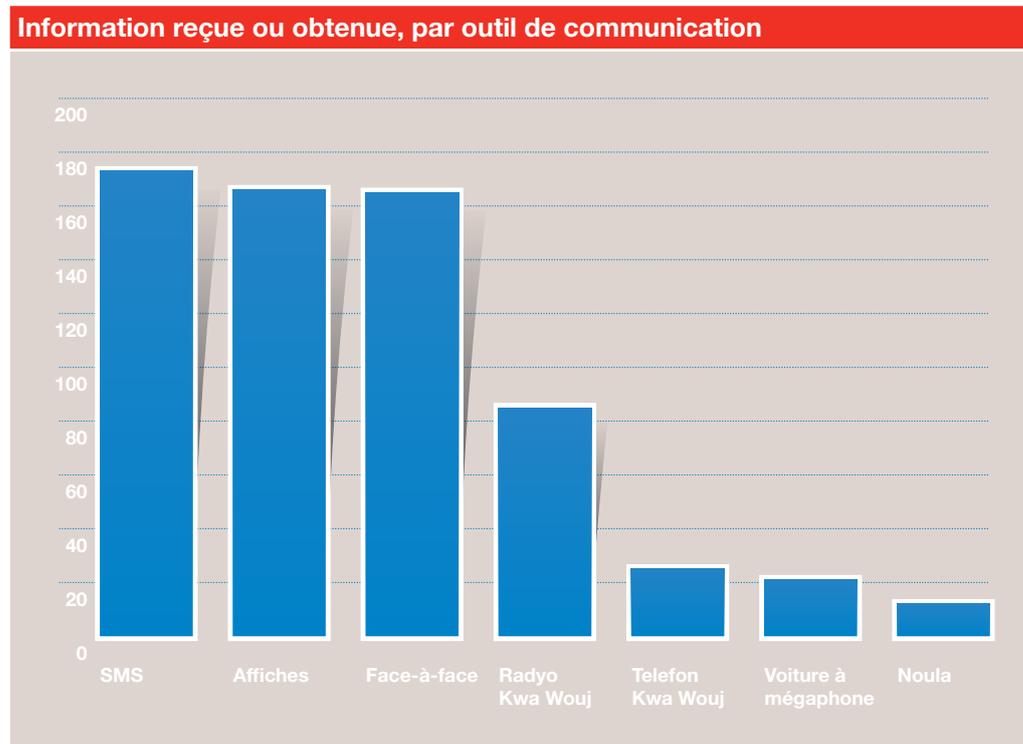


Saintvilus Filisnord

Radyo KwaWouj s'attache à fournir à ses auditeurs des renseignements actualisés sur les questions qui touchent à la santé et aux catastrophes car, même trois ans après le tremblement de terre, l'information est toujours d'une importance vitale.

Comme le dit Saintvilus: «On n'est jamais trop informé».

## Couverture



Sur les 282 personnes qui ont répondu au questionnaire, 247 (87,5%) affirment avoir reçu des messages ou obtenu des informations de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge. Parmi les personnes interrogées, 173 (61,3%) ont dit avoir reçu des informations par le biais de SMS, 166 (58,8%) par le biais d'affiches et 165 (58,5%) par le biais d'activités de communication face-à-face.

Il n'est pas surprenant que ces voies de communication aient été citées comme les principaux moyens d'obtenir des informations, en particulier parce que les SMS, les activités face-à-face et les affiches sont largement utilisés dans les communautés où la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge sont actifs. Il faut souligner que la voiture à mégaphone de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge sillonne principalement Port-au-Prince et ses alentours et ne circule pas souvent en dehors de la capitale.

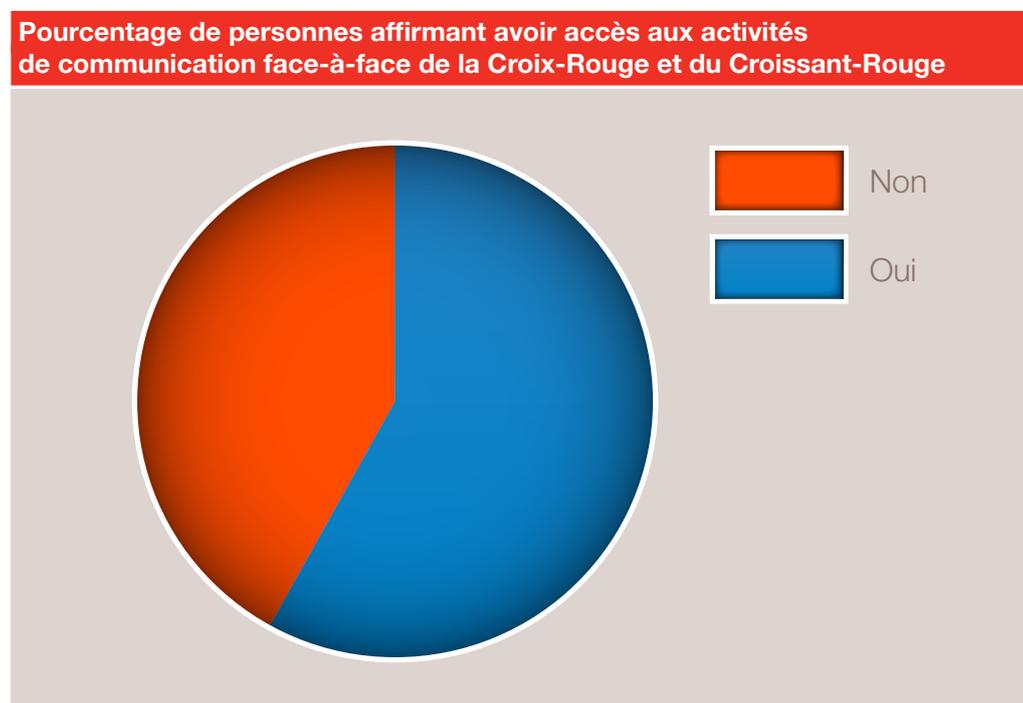
S'agissant des outils de communication de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge que la population doit elle-même solliciter, 85 personnes, soit un tiers des personnes interrogées (30,1%), ont indiqué écouter Radyo Kwa Wouj, 25 (8,9%) ont dit avoir appelé Telefon Kwa Wouj et 12 (4,3%) le service téléphonique Noula. Les résultats de l'enquête révèlent que Noula est sous-utilisé et que nombre de personnes ayant accès à cet outil ne s'en servent pas. Il convient de noter que la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge avaient déjà conduit des projets à long terme dans certaines des régions où l'enquête a été menée (Carrefour Feuilles et Delmas 30) et que la population aurait dû connaître le service téléphonique Noula.

Toutefois, le rapport d'activité annuel du service Noula confirme que la majorité des appels – plus de 600 par mois en moyenne en 2012 – proviennent des familles qui reçoivent un soutien de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge dans le cadre du programme de retour des camps et de réinstallation, plutôt que de celles qui bénéficient des programmes à long terme.

Il a été signalé, lors des discussions de groupe et des entretiens, que les personnes qui souhaitent formuler des doléances ou poser une question s'adressent en général directement à un représentant de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge ou écrivent une lettre formelle à la section locale.

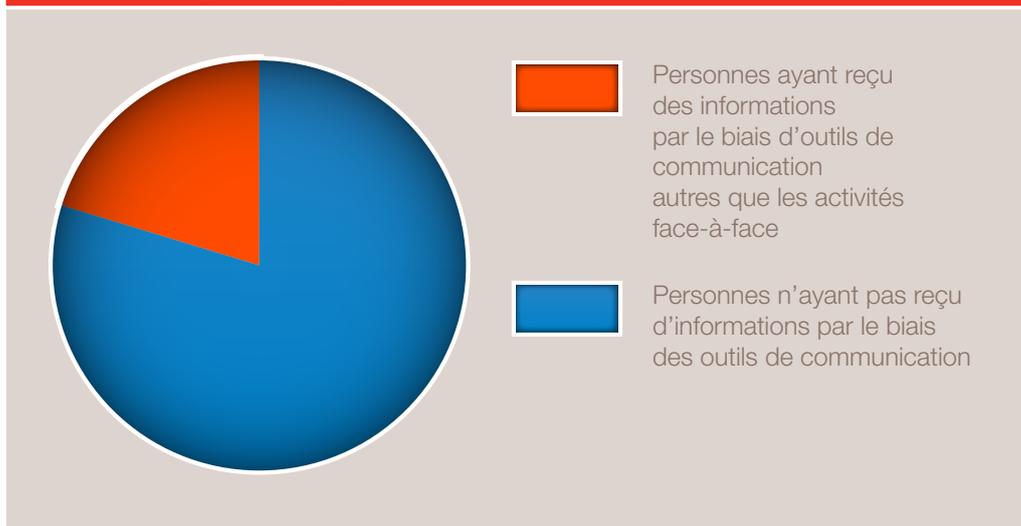
Il semble que, lorsque ces solutions existent, les membres de la communauté sont beaucoup moins enclins à utiliser le service téléphonique Noula, contrairement aux bénéficiaires du programme de retour des camps et de réinstallation, qui ne voient pas les membres du personnel de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge aussi régulièrement et pour qui le centre d'appel Noula est bien plus pratique.

Au total, 164 (58,1%) des personnes interrogées ont affirmé avoir accès aux activités de communication face-à-face de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge.



Au total, 225 personnes (79,7% des personnes interrogées) affirment avoir reçu des informations par le biais des outils de communication mis en place par la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge – SMS, radio, Telefon Kwa Wouj, Noula, voiture à mégaphone et affiches (à l'exclusion des activités face-à-face).

**Pourcentage de personnes affirmant avoir reçu des informations par le biais d'outils de communication avec les bénéficiaires de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge autres que les activités face-à-face**



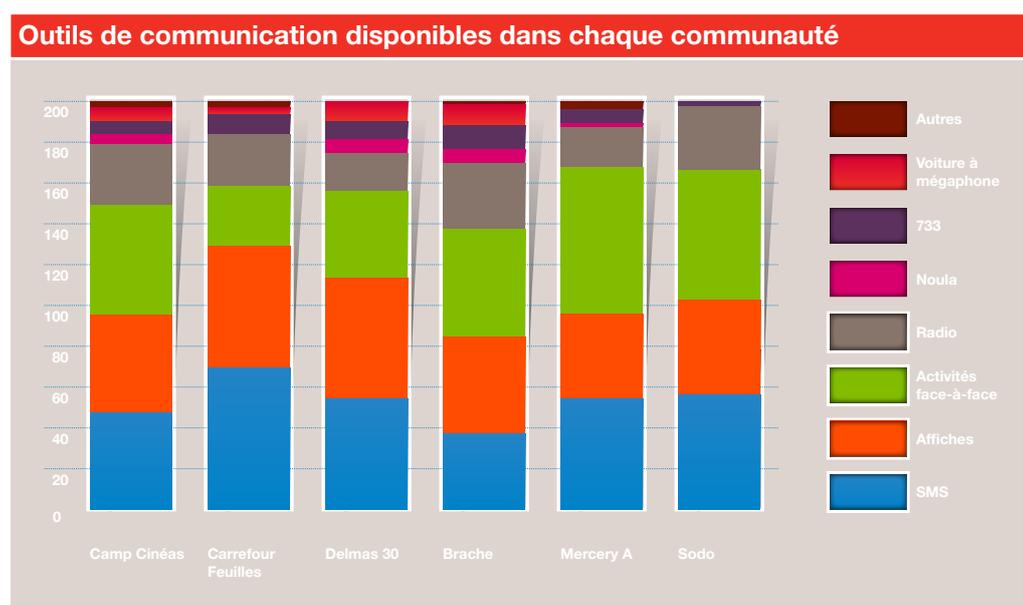
Sur les 247 personnes qui ont reçu des informations de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, 142 (57,4%) ont dit les avoir reçues par le biais, à la fois, des outils de communication avec les bénéficiaires et des activités face-à-face. Les outils de communication avec les bénéficiaires ont atteint à eux seuls 83 personnes (33,6%) et les activités face-à-face seulement 22 personnes (8,9%).

Souvent, les personnes qui ont accès aux outils de communication avec les bénéficiaires ont aussi accès aux activités face-à-face. Quelques répondants ont dit avoir participé uniquement à des activités face-à-face. Ils ont été nettement plus nombreux à affirmer avoir reçu ou obtenu des informations uniquement par le biais des outils de communication avec les bénéficiaires, et non des activités face-à-face.

**Toutes les personnes atteintes par les activités de communication de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge (outils de communication avec les bénéficiaires et activités face-à-face)**



Il n'est pas surprenant que les outils de communication avec les bénéficiaires aient une portée nettement plus large – près de 33% supérieure – que les activités face-à-face. Cela tient au fait que les moyens de communication à distance, tels que Telefon Kwa Wouj et l'émission de radio, ne sont pas limités par des contraintes géographiques et le manque de ressources humaines et de capacité générale, contrairement aux activités face-à-face. Toutefois, il est encourageant de constater qu'une large proportion de personnes n'ayant pas bénéficié des activités face-à-face de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge ont reçu ou obtenu des informations par le biais des outils de communication avec les bénéficiaires. Il est aussi encourageant de noter que 90% des personnes ayant participé à des activités face-à-face ont pu obtenir des informations supplémentaires par le biais des outils de communication avec les bénéficiaires. Il serait intéressant d'évaluer la couverture de ces outils dans les régions où la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge n'assurent pas une présence afin de déterminer la mesure dans laquelle cela influence l'utilisation que les communautés font des outils de communication avec les bénéficiaires.



Comme le montre le graphique ci-dessus, il n'y a pas de différence spectaculaire de couverture dans les six régions étudiées. Toutefois, il apparaît que les habitants de Brache reçoivent sensiblement moins de SMS, et que ceux de Sodo n'utilisent pas du tout Telefon Kwa Wouj. À Carrefour Feuilles et à Sodo, personne n'a déclaré utiliser le service téléphonique Noula. À Carrefour Feuilles, cela peut être dû au fait que la population peut facilement discuter avec le personnel ou les volontaires de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge présents dans la communauté, et n'éprouve pas le besoin d'appeler le serveur. Par ailleurs, Noula ne couvrant pas Sodo pour le moment, aucune promotion n'a été faite dans cette communauté.

### Information – domaines

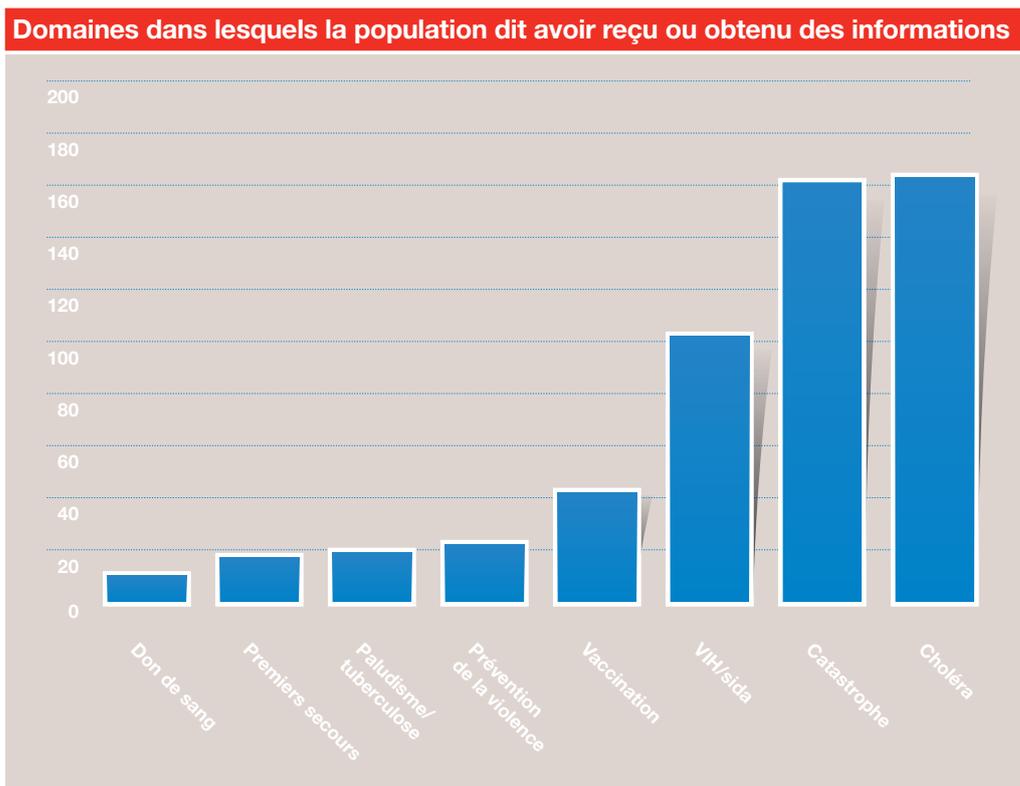
À la question de savoir quel type d'information a été reçu ou obtenu, 163 personnes interrogées (57,8%), soit une majorité, ont déclaré avoir reçu ou obtenu des informa-

tions sur la prévention du choléra, 161 (57%) sur l'approche d'une catastrophe et les moyens de se préparer et 102 (36,1%) sur le VIH.

Pour chacun de ces trois domaines, les moyens de communication les plus cités sont respectivement les SMS, les activités face-à-face et les affiches.

S'agissant des outils que la population doit elle-même solliciter – Radyo Kwa Wouj et Telefon Kwa Wouj –, les mêmes domaines ont été cités. Les personnes déclarant écouter Radyo Kwa Wouj disent avoir entendu, principalement et dans cet ordre, des informations sur l'approche d'une catastrophe et les moyens de se préparer, le choléra et le VIH. Les personnes affirmant avoir appelé Telefon Kwa Wouj disent avoir demandé, principalement et dans cet ordre, des informations sur la préparation aux catastrophes, sur le choléra et sur le VIH.

Il convient toutefois de noter que les statistiques relatives à l'activité de Telefon Kwa Wouj révèlent que la population a le plus souvent sollicité le service pour obtenir des informations sur la santé sexuelle (notamment sur le VIH), avec une moyenne de 15 950 appels par mois en 2012. En moyenne, 12 469 appels ont été passés par mois pour obtenir des informations sur la prévention du choléra. Enfin, la préparation aux catastrophes est le troisième domaine auquel la population s'est intéressée, avec 8 713 appels par mois. Les appels liés à la préparation aux catastrophes ont atteint un pic en août (14 027 appels) et en octobre (11 849 appels) quand des SMS, indiquant le numéro de Telefon Kwa Wouj (le 733), ont été envoyés pour avertir la population de l'approche des tempêtes tropicales Isaac et Sandy.



De l'avis quasi unanime des bénéficiaires et des parties prenantes, les informations communiquées par la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge sont pertinentes et utiles. Comme l'a indiqué un participant à une discussion de groupe organisée à Carrefour Feuilles :

---

*«Tout se yon bagay enpòtan, enpòtan anpil»*  
**(Tout est important, très important)**

---

Les personnes interrogées ont indiqué que les informations sur les situations d'urgence – c'est-à-dire les messages d'alerte et de préparation aux catastrophes – sont les plus utiles.

#### **Information – caractère mémorable**

Aux fins de mesurer l'efficacité, il a été demandé aux personnes interrogées de citer l'information dont elles se souvenaient le mieux et de dire par le biais de quel outil elles l'avaient reçue ou obtenue. Il leur a ensuite été demandé d'évaluer le contenu de l'information, s'il était utile et s'il les avait incitées à agir.

Au total, 236 personnes ont rempli la section de l'enquête portant sur l'information reçue dont elles se souvenaient le mieux. Parmi elles, 105 (44,5 %) ont indiqué qu'elles assimilaient davantage les informations transmises par le biais des activités face-à-face traditionnelles, et 88 (37,2 %) que les SMS étaient les plus efficaces à cet égard.

Parmi toutes les personnes indiquant avoir reçu des informations par le biais des activités face-à-face, 64 % affirment que celles-ci constituent le moyen de communication le plus mémorable. Parmi toutes les personnes indiquant avoir reçu des SMS, 50,8 % les considèrent comme le moyen de communication le plus mémorable. En comparaison, 19,9 % des personnes ayant écouté l'émission de radio affirment que les informations obtenues par ce biais sont celles dont elles se souviennent le mieux. Seulement 5,4 % des personnes ayant vu des affiches disent qu'elles sont le moyen de communication le plus efficace.

Les activités face-à-face ont été décrites comme le moyen de communication de loin le plus mémorable. Les discussions face-à-face impliquent la participation des deux parties, alors que même les SMS exigent du destinataire qu'il fasse l'effort de prendre son téléphone et de décider de lire ou non le message. La radio, bien qu'elle exige de l'utilisateur qu'il se règle sur la fréquence voulue, est souvent un bruit de fond, à moins que le contenu n'intéresse particulièrement l'auditeur. De la même manière, les affiches peuvent être considérées comme un «bruit de fond visuel» et sont donc ignorées ou oubliées après avoir produit leur effet initial.

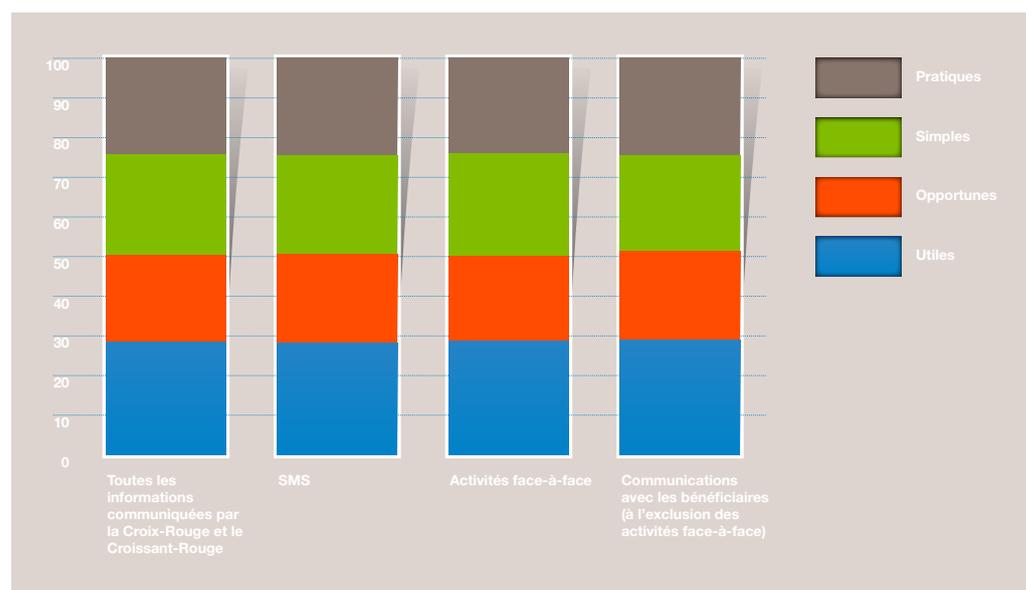
S'agissant de l'utilité de l'information, parmi toutes les personnes interrogées, 209 (88,5 %) ont affirmé que les informations communiquées par la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge par le biais des différents moyens de communication leur avaient été utiles, contre seulement 6 personnes (2,5 %) ayant affirmé le contraire. Au total, 161 personnes, soit plus de deux tiers des personnes interrogées (68,2 %), ont dit que les

informations avaient été communiquées au moment où cela était nécessaire, contre seulement 6 personnes (2,5%) ayant affirmé le contraire ; 187 personnes (79,2%) ont déclaré que les informations étaient simples et faciles à comprendre, et 178 personnes (79,5%) ont indiqué que les informations relatives aux mesures que la population pouvait prendre étaient pratiques.

Si l'on décompose encore les chiffres, on constate que, parmi les 88 personnes ayant affirmé que les informations obtenues par le biais des SMS étaient celles dont elles se souvenaient le mieux, 76 (86,3%) ont dit que les informations étaient utiles, 60 (68,1%) qu'elles avaient été communiquées en temps opportun, 67 (76,1) qu'elles étaient simples, et 66 (75%) qu'elles étaient pratiques.

De la même manière, parmi les 105 personnes ayant affirmé que les informations obtenues par le biais des activités face-à-face étaient celles dont elles se souvenaient le mieux, 93 (88,5%) ont dit que les informations étaient utiles, 69 (65,7%) qu'elles avaient été communiquées en temps opportun, 83 (79%) qu'elles étaient simples, et 78 (74,2%) qu'elles contenaient des suggestions concrètes de mesures à adopter.

Si l'on considère l'ensemble des outils de communication avec les bénéficiaires, par opposition aux activités face-à-face, on constate que, parmi les 121 personnes ayant affirmé que les informations obtenues par ce biais étaient celles dont elles se souvenaient le mieux, 106 (87,6%) ont dit que les informations étaient utiles, 82 (67,7%) qu'elles avaient été communiquées en temps opportun, 89 (73,5%) que les messages étaient simples, et 90 (74,3%) que les conseils donnés étaient pratiques.



Il est frappant de voir à quel point les pourcentages relatifs au caractère utile, opportun, simple et pratique des différents outils sont similaires et ne présentent pas de différence marquante, et ce bien que les activités face-à-face soient considérées comme le moyen de communication de loin le plus mémorable. En outre, il est surprenant

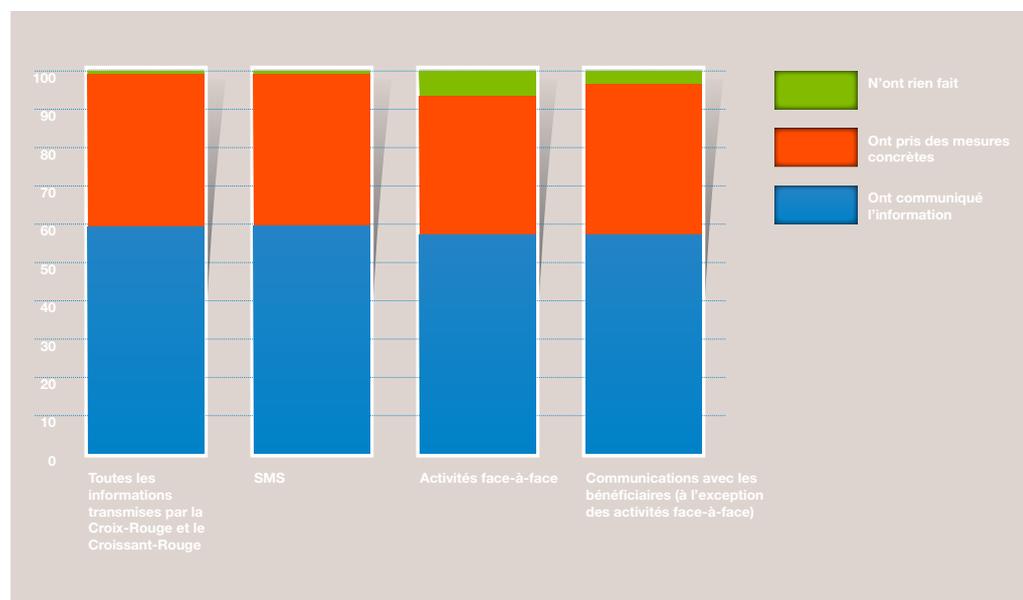
de constater que les SMS et autres outils de communication avec les bénéficiaires ne sont pas considérés comme plus opportuns que les activités face-à-face malgré leur caractère immédiat. Ces résultats devraient peut-être plutôt être utilisés pour déterminer les caractéristiques d'un message mémorable, compte tenu du fait que l'utilité – la variable qui est systématiquement arrivée en première position – est l'aspect le plus important pour les bénéficiaires.

Si l'on considère le groupe de 236 répondants ayant indiqué quelle était l'information dont ils se souvenaient le mieux, on constate que, après avoir reçu l'information, 194 personnes (82 %) ont dit avoir communiqué le message à leur famille et à leurs amis, et 130 (55 %) avoir pris des mesures concrètes. Seulement 3 personnes (1,2 %) ont dit n'avoir rien fait.

Si l'on décompose encore les chiffres pour analyser les méthodes individuelles de communication, on constate que, parmi les personnes ayant indiqué que les informations obtenues par le biais des SMS étaient celles dont elles se souvenaient le mieux, 72 (83,5%) ont dit avoir communiqué le message à leur famille et à leurs amis, et 48 (55,6%) avoir pris des mesures concrètes en réaction. Seulement une personne (1,1%) a dit n'avoir rien fait.

S'agissant des activités face-à-face, 87 personnes (82 %) ont dit avoir communiqué le message reçu et 55 (52,3%) avoir pris des mesures concrètes en réaction. Dix personnes (9,5%) ont dit n'avoir rien fait.

Les chiffres combinés pour l'ensemble des outils de communication avec les bénéficiaires (à l'exception des activités face-à-face) considérés comme les plus mémorables montrent que 99 personnes sur 121 (soit 81,1%) ont communiqué les informations reçues à leur famille et à leurs amis ; 68 (56,1%) ont pris des mesures concrètes ; et 6 (4,9%) ont dit n'avoir rien fait.



On ne saurait dire précisément pourquoi un plus grand nombre de personnes sont restées inactives après avoir participé à une activité face-à-face, cela paraissant illogique dans la mesure où ce type de communication a été considéré comme le plus mémorable. Il n'existe pas de liste des sujets abordés durant ces discussions, mais il est possible qu'elles en aient conduit certains à penser qu'ils n'étaient pas exposés à des risques particuliers ou qu'ils n'avaient pas besoin de prendre des mesures spécifiques, que ne rien faire était la solution attendue. Il est possible aussi que les participants aient reçu des informations dont ils disposaient déjà ou des instructions relatives à des mesures qu'ils avaient déjà prises.

### **Discussions et entretiens relatifs à la communication avec les bénéficiaires**

Les entretiens avec les parties prenantes et les personnes vivant dans les communautés cibles ont largement confirmé les résultats de l'enquête : les deux groupes se sont dits satisfaits de la communication avec la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge et des informations fournies, qui se sont avérées pertinentes et opportunes.

Les personnes vivant dans les communautés cibles se sont accordées à dire que les informations fournies par la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge les avaient aidées à se préparer à faire face aux catastrophes, telles que les ouragans et les flambées de choléra, qui pourraient se produire.

À la question de savoir qui a le plus tiré parti des informations fournies par la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge, les personnes interrogées ont clairement répondu que les véritables bénéficiaires étaient ceux qui ont mis en pratique les conseils reçus. Elles ont indiqué que ce qu'elles avaient appris leur servirait « toute la vie ». Comme l'a dit un habitant de Mercery A :

---

*« bagay aprann pou lavi! »*  
(il s'agit d'un savoir acquis pour la vie)

---

Les personnes interrogées ont dit que depuis que la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge mènent des campagnes de promotion de l'hygiène et d'information, la population est moins « négligente » que par le passé ; veille davantage à se laver les mains et à traiter l'eau avant de la boire ; et est plus sensibilisée à la préparation aux catastrophes et à l'utilisation des latrines. Elles ont aussi dit qu'il était plus facile d'adopter des changements qui imposent à un individu de prendre lui-même des mesures pour se protéger et protéger sa famille, que de mettre en place des changements à grande échelle, qui nécessitent une coordination dans l'ensemble de la communauté et des ressources supplémentaires.

De manière générale, les personnes vivant dans les communautés cibles ont l'impression que la majorité de la population a eu accès aux informations fournies par la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge. Elles ont aussi pris conscience du fait que certains

groupes de la communauté sont plus aptes que d'autres à aller chercher l'information, à la comprendre et à agir en conséquence. Elles ont affirmé, par exemple, que les jeunes comprenaient mieux les informations reçues par le biais des SMS et que les femmes avaient plus de chance de recevoir des informations dans la mesure où elles étaient plus susceptibles d'être à la maison et donc de participer aux activités face-à-face, d'entendre les messages délivrés par la voiture à mégaphone ou d'écouter l'émission de radio.

Toutefois, si le choix leur est donné, les personnes interrogées disent qu'elles préfèrent parler directement avec un représentant de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge plutôt que d'appeler le service Noulou ou le serveur interactif Telefon Kwa Wouj. Comme l'a dit un habitant de Mercery A :

---

*« Nous apprécions l'idée de pouvoir échanger des informations avec les représentants de la Croix-Rouge, poser des questions et obtenir une réponse immédiate ».*

---

Les répondants ont l'impression que les personnes âgées sont moins bien informées que le reste de la population, notamment parce qu'elles ont moins accès aux SMS. Les participants aux discussions de groupe dirigées ont indiqué que cela constituait une lacune importante, les personnes âgées faisant partie des groupes qui sont les plus vulnérables et qui ont le plus besoin d'informations.

Les communautés les plus isolées – celles de la région de Sodo par exemple –, qui sont plus vulnérables et exposées aux catastrophes, ont indiqué qu'elles ne recevaient pas d'information du fait des obstacles géographiques et de la couverture insuffisante des réseaux de téléphonie mobile et de la radio. Cela se traduit non seulement par une mauvaise réception de la radio et des SMS, mais aussi par l'absence d'activités face-à-face.

Les personnes interrogées ont indiqué que les personnes handicapées risquaient d'être exclues en raison de la place importante faite aux informations visuelles et textuelles, auxquelles les non-voyants et les malvoyants n'ont pas accès.

Les participants aux discussions de groupe dirigées et aux entretiens ont dit que tout le monde ne possédait pas un téléphone mobile et que l'absence d'accès à l'électricité pouvait réduire encore l'efficacité d'une communication par le biais des SMS. En outre, des recommandations, telles que utiliser des latrines ou boire uniquement de l'eau propre ou traitée, constituent une source de frustration dans les situations où la population n'a pas les moyens de les mettre en application.

En outre, il a été considéré que l'analphabétisme pouvait être un obstacle à la compréhension des messages textuels. Toutefois, les résultats de l'enquête semblent indiquer que les personnes ayant dit aux enquêteurs qu'elles étaient analphabètes avaient trouvé d'autres moyens d'accéder à l'information.

Dix-huit participants (6,3%) se sont déclarés analphabètes, mais six d'entre eux, qui ont peut-être été aidés par leur famille ou des amis, ont quand même affirmé avoir reçu des informations par le biais de SMS, un moyen de communication purement textuel, et quatre autres par le biais d'affiches. La radio semble être le moyen de communication privilégié des personnes se déclarant analphabètes : 15 sur 18 ont indiqué écouter la radio pour obtenir des informations.

Parmi les autres questions qui ont été soulevées figure le fait que les SMS – limités à seulement 140 caractères – sont parfois « vagues », « peu clairs » ou « trop courts ». Ainsi, les parties prenantes ont eu des difficultés à prendre des mesures ou à relayer un message sur la base d'une information qui n'était pas suffisamment précise. Parfois, les bénéficiaires ignorent les messages, pensant qu'ils ne leur sont pas adressés ou qu'ils sont envoyés dans le cadre d'une campagne politique ou de publicité. Les affiches placardées dans les communautés sont souvent vandalisées ou rapidement abîmées par les intempéries. S'agissant de Radyo Kwa Wouj, il a été souligné que tout le monde n'a pas accès à la radio ou à l'électricité pour la faire fonctionner.

### **Redevabilité**

Un aspect essentiel des activités de communication avec les bénéficiaires est l'utilisation de mécanismes visant à améliorer la redevabilité. Il s'agit non seulement d'informer les communautés de l'action de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge mais aussi et surtout de recueillir les doléances et les questions des bénéficiaires et d'y répondre.

Sur toutes les personnes interrogées en Haïti, 228 (80,8%) ont déclaré savoir que la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge sont une organisation, mais seulement la moitié d'entre elles, soit 119 personnes (52,2%), ont dit connaître leurs activités. Environ un tiers, soit 71 personnes (31,1%), ont affirmé avoir déjà adressé des questions ou des doléances à la Croix-Rouge et au Croissant-Rouge, dont 54 (85,4%) se sont dites satisfaites de la manière dont leur problème a été réglé.

Parmi les personnes qui n'avaient jamais adressé une plainte, 165 (72,3%) ont dit qu'elles n'avaient pas de raison de le faire, et 35 (21,2%) qu'elles auraient souhaité le faire par le passé mais qu'elles ne savaient pas comment s'y prendre.

Les discussions de groupe dirigées ont révélé que les communautés avaient été consultées avant la mise en œuvre des programmes opérationnels, mais que souvent elles avaient l'impression que les procédures ne permettaient pas une véritable prise en compte de leurs besoins et de leurs suggestions. Très souvent, les communautés ont le sentiment que les organisations d'aide arrivent avec des idées déjà arrêtées et que les possibilités de modifier les objectifs et les activités des programmes sont limitées, en particulier une fois qu'ils sont engagés.

Étonnamment, parmi les personnes interrogées, 33 ont déclaré ne pas connaître la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge. La majorité (19 personnes, 57,6%) sont des hommes et le groupe d'âge le plus important, composé de 13 personnes (39,4%), a entre 41 et 75 ans. Même si la majorité des personnes (23 personnes, 69,7%) affirmant ne pas connaître la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge disent être alphabétisées, la proportion

de celles qui se déclarent analphabètes (10 personnes, 30,3%) est nettement supérieure à celle qui prévaut au sein du groupe affirmant connaître la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge. Ensemble, les sites de Léogâne-Mercery A (9 personnes, 27,3%) et de Sodo (10 personnes, 30,3%), les deux régions les plus reculées, comptent 19 des 23 participants (57,6%) déclarant de ne pas connaître la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge.

### **Telefon Kwa Wouj**

Parmi les personnes interrogées dans le cadre de cette étude, seulement 25 (8,8%) ont déclaré avoir déjà appelé le serveur Telefon Kwa Wouj. S'il semble ne pas y avoir de lien clair entre la situation géographique d'une communauté et la connaissance du serveur Telefon Kwa Wouj, il apparaît que ce service est rarement le seul contact que la population a avec la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge, ce qui n'est pas surprenant étant donné que le numéro de la ligne est largement diffusé par le biais d'autres outils de communication.

La majorité des personnes affirmant avoir appelé Telefon Kwa Wouj disent aussi avoir reçu des informations de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge par le biais d'au moins trois autres outils. Parmi ces 25 personnes, 21 (84%) ont déclaré avoir reçu des SMS – des messages dont on sait qu'ils contribuent à faire augmenter le nombre d'appels vers Telefon Kwa Wouj lorsqu'ils incluent le numéro de la ligne.

Pour en savoir davantage sur l'utilisation de Telefon Kwa Wouj, il a été demandé aux répondants qui affirmaient ne jamais avoir entendu parler de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge d'appeler le numéro gratuit, de choisir l'information qui les intéressait et d'évaluer le service. Dans presque tous les cas, ces personnes ont écouté des informations sur la prévention du choléra et la préparation aux catastrophes, et pratiquement toutes se sont dites satisfaites du service. Après avoir écouté les informations, 28 (84,8%) ont dit qu'elles étaient claires et que le service était facile à utiliser, et 20 (60,6%) ont déclaré entendre ces informations pour la première fois. Après avoir entendu les informations, 26 personnes (78,8%) ont dit qu'elles modifieraient leur comportement, 31 (93,9%) qu'elles rappelleraient le service et 30 (90,9%) qu'elles recommanderaient le service à leur famille et à leurs amis.

Une enquête de satisfaction continue sur le serveur Telefon Kwa Wouj a également montré que les utilisateurs étaient satisfaits du service, 5 182 personnes interrogées (86%) reconnaissant que le service était facile à utiliser, 4 281 (91%) affirmant qu'elles rappelleraient et 4 290 (93%) déclarant qu'elles recommanderaient le service à leur famille et à leurs amis. Néanmoins, dans le cadre de cette enquête, 3 262 personnes interrogées (68%) ont dit avoir l'impression que la plupart des gens ne connaissait pas Telefon Kwa Wouj.

Le serveur, lancé en 2012, a reçu plus de 700 000 appels durant ses sept premiers mois d'activité. Toutefois, le système ne permettant pas de localiser les appels – pour garantir l'anonymat des utilisateurs –, il est impossible de déterminer combien de personnes ont utilisé le service. Parmi les personnes interrogées dans le cadre de l'enquête sur Telefon Kwa Wouj, 4 803 (65%) ont dit avoir appelé le service plusieurs fois, 3 159 d'entre elles (42%) affirmant avoir appelé quatre fois ou plus. Ces résultats

laissent penser que nombre des appels proviennent de la même personne et, comme l'a montré l'enquête sur le terrain, que beaucoup d'autres personnes utiliseraient le serveur si elles en connaissaient l'existence ou pourraient être convaincus de passer leur premier appel.

Les SMS ont été identifiés comme le principal moyen d'apprendre l'existence de Telefon Kwa Wouj, 43 % des personnes interrogées ayant affirmé que les SMS les avaient incitées à appeler le serveur. Il apparaît clairement que le nombre d'appels vers le serveur augmente considérablement – jusqu'à huit fois – lorsque les SMS envoyés à la population indiquent le numéro gratuit de la ligne. Ces SMS, toutefois, sont à l'origine d'un grand nombre d'appels qui ne durent que quelques secondes. Il serait donc bénéfique de mieux cibler les personnes à qui le numéro gratuit est diffusé, c'est-à-dire celles pour qui ces informations seraient utiles ou qui veulent donner leur avis.

### **Conclusions**

L'étude a montré que le programme de communication avec les bénéficiaires mis en œuvre par la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge fournissait de manière efficace des informations utiles, opportunes, simples et pratiques aux habitants des communautés cibles. Ce programme a renforcé les connaissances et favorisé la prise de conscience de la population. La majorité des personnes ayant reçu ou obtenu des informations les ont communiquées à leurs amis et à leur famille.

Les activités de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge ont atteint 87 % des personnes interrogées dans le cadre de l'enquête. Du fait du large éventail de moyens de communication utilisés, différents groupes de la communauté ont pu obtenir et recevoir des informations par le biais de l'outil avec lequel ils se sentent le plus à l'aise.

Pour les plus jeunes, les moyens de communication modernes, comme les SMS et le serveur Telefon Kwa Wouj, sont accessibles. Pour ceux qui ne sont pas à l'aise avec ces outils, la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge ont mis en place des outils d'échange d'information plus traditionnels, tels que la radio, la voiture à mégaphone, les supports imprimés et des activités face-à-face.

Toutefois, s'il apparaît que la grande majorité de la population est en mesure de recevoir ou d'obtenir les informations communiquées par la Croix-Rouge, les personnes qui sont marginalisées ou rendues vulnérables du fait de leur lieu de résidence, leur âge, leur niveau d'instruction ou leur handicap se heurtent encore à des obstacles à différents niveaux. La principale difficulté, en particulier en ce qui concerne le développement d'outils de communication que la population doit elle-même solliciter, tels que Radyo Kwa Wouj, Telefon Kwa Wouj et le service téléphonique Noula de réponse aux questions et aux doléances, est de faire en sorte que la population sache comment obtenir les informations, à qui poser des questions, comment donner son avis et pourquoi il est dans son intérêt de le faire.

Malgré l'important volume d'appels, il semble que le serveur Telefon Kwa Wouj et le centre d'appel Noula sont sous-utilisés par ceux qui en auraient le plus besoin. Pour que la population décide d'utiliser ces deux services, il faut qu'elle sache qu'ils

existent, connaisse le numéro et sache en quoi ils peuvent lui être utiles. Ainsi, une promotion accrue et une meilleure explication pourraient renforcer de manière notable l'utilisation et l'efficacité de ces deux services.

S'agissant des SMS, de nombreux messages ont été envoyés et reçus, et plus de la moitié des personnes interrogées ont affirmé avoir reçu des SMS de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge. Selon les communautés, ces messages sont très appréciés, en particulier lorsqu'ils contiennent des informations sur les situations d'urgence, donnent des instructions utiles sur les mesures que peuvent prendre les individus, et arrivent en temps opportun. Toutefois, l'envoi de messages à grande échelle peut constituer une source de frustration plutôt que d'apaisement si les destinataires ne sont pas sûrs, de prime abord, que l'information s'applique à leur situation ou s'ils n'ont pas les moyens d'agir en conséquence. Les SMS sont un outil très puissant qu'il faut optimiser. Pour ce faire, l'envoi de SMS devrait être plus intégré et plus ciblé, et les messages devraient faire clairement référence aux personnes visées et leur donner des conseils réalisables.

La voiture à mégaphone est très appréciée dans les communautés qu'elle sillonne, mais il faudrait faire plus pour encourager la population à utiliser les informations fournies. Si l'information est davantage adaptée au public cible, elle sera plus mémorable et plus susceptible d'être mise en application.

L'émission Radyo Kwa Wouj est bien connue par la population et bénéficie d'une audience importante, selon les résultats de l'étude qui révèlent que plus de 30% des personnes interrogées ont déjà écouté le programme. La couverture nationale de Radyo Kwa Wouj est un atout majeur, mais elle constitue aussi un défi car il faut veiller à ce que les informations fournies soient pertinentes pour tous les auditeurs. Des mesures devraient être prises pour recueillir l'avis des utilisateurs à d'autres moments que pendant la partie de l'émission consacrée aux appels des auditeurs, de manière à garantir que le programme reste intéressant, pertinent et divertissant. Comme pour tous les outils de communication que la population doit elle-même solliciter, il faut envisager de mener des activités continues visant à faire savoir comment et pourquoi écouter l'émission.

Le caractère mémorable des affiches peut être mis en doute, seulement 5% des personnes interrogées ayant affirmé que les informations transmises par ce biais étaient celles qu'elles avaient le mieux retenu. Tel n'est pas le cas de leur caractère omniprésent, plus de la moitié des personnes interrogées ayant affirmé avoir vu des affiches. Cette omniprésence constitue un atout évident, tout comme la possibilité d'utiliser des messages visuels qu'il n'est pas utile d'explicitier par du texte. Le caractère passif des supports imprimés, en particulier des affiches, fait qu'il est extrêmement difficile d'attirer l'attention du public. Mais, là encore, un meilleur ciblage – c'est-à-dire veiller à communiquer la bonne information aux bonnes personnes, au bon endroit et au bon moment – contribuera fortement à pallier cette lacune. En outre, l'intégration de supports papier dans les programmes opérationnels, aux fins d'indiquer à la population d'autres sources d'information, comme Noula, Telefon Kwa Wouj et Radyo Kwa Wouj, peut aussi être utile à cet égard.

Les outils de communication avec les bénéficiaires peuvent sans nul doute être utilisés pour assurer la redevabilité, comme cela se fait déjà dans certains cas. Il est encourageant de constater que la grande majorité des personnes qui n'ont jamais adressé de doléances à la Croix-Rouge et au Croissant-Rouge ne l'ont pas fait parce qu'elles n'en ont pas ressenti le besoin et que 85 % des personnes qui ont adressé des doléances ou des questions ont dit être satisfaites de la réponse obtenue. Néanmoins, le fait qu'un cinquième des personnes qui n'ont pas adressé de doléances ne l'aient pas fait parce qu'elles ne savaient pas comment s'y prendre montre qu'il faut s'attacher à faire connaître à la population les outils qui sont à sa disposition. Il est essentiel de promouvoir les services existants et d'expliquer leur fonctionnement. De même, des mesures doivent être prises pour garantir que l'important volume de commentaires recueillis est analysé de manière efficace et pris en compte dans la mise en œuvre du programme.

Une fois que les commentaires ont été recueillis et analysés, il faut veiller à ce qu'ils soient utilisés pour définir les changements à apporter aux activités. Si on demande aux communautés de formuler des commentaires, ceux-ci ne peuvent pas être négligés. Les retours d'information des communautés doivent être véritablement pris en compte dans les décisions qui concernent les individus, leur entourage et leur bien-être. Bien que les communautés aient été consultées, de nombreuses personnes ont clairement le sentiment que leur avis n'a pas été pris en compte dans l'exécution du programme. La communication avec les bénéficiaires peut aider à résoudre ce type de problèmes ainsi que d'autres questions opérationnelles.

Enfin, la présente étude s'est attachée à établir des comparaisons entre les interactions que le personnel et les volontaires de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge ont avec les membres des communautés où ils travaillent et le flux bidirectionnel d'informations que les activités de communication avec les bénéficiaires visent à mettre en place. Le but n'est pas d'opposer ces deux types d'activités, mais plutôt de mettre en rapport la portée et l'impact de la communication avec les bénéficiaires et ceux d'un travail qui a déjà fait ses preuves.

Il n'est pas question de substituer la communication avec les bénéficiaires à l'interaction directe, mais plutôt de renforcer cette interaction, d'accroître le flux d'information au sein des communautés où la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge sont actifs et, dans la mesure du possible, de favoriser l'échange d'informations afin de donner la parole à ceux que le personnel et les volontaires ne peuvent pas rencontrer en personne. Les nouvelles technologies de la communication offrent un large éventail d'outils et de possibilités que le secteur humanitaire doit exploiter pour apporter une aide et soutenir les communautés, les familles et les individus. Néanmoins, il ne faut pas oublier que ces communications doivent être planifiées et ciblées afin que les plus vulnérables ne soient pas exclus. Des mesures de substitution doivent être mises en place là où, pour une raison ou pour une autre, la population n'a pas accès à certains outils de communication.

Comme c'est le cas pour les changements de comportement dans un domaine particulier ou les résultats d'une intervention spécifique, il est extrêmement difficile d'évaluer

l'impact précis des activités de communication avec les bénéficiaires. Toutefois, cela ne signifie pas qu'il ne faut pas essayer. Des recherches plus approfondies sont nécessaires pour déterminer l'impact direct de la communication avec les bénéficiaires sur la santé et le bien-être des communautés ainsi que sur l'efficacité globale des programmes.

Cela étant dit, force est de constater que les activités de communication avec les bénéficiaires menées par la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge en Haïti ont incontestablement permis à des milliers de personnes d'accéder à des informations grâce auxquelles elles ont pu améliorer leurs conditions d'existence, se protéger et aider leur famille et leurs proches.

# Recommandations

.....

## **Meilleure intégration des activités de communication avec les bénéficiaires au sein des communautés et dans les programmes opérationnels**

### Étapes clés:

- Prise en compte, dans la planification des programmes, des commentaires formulés dans le cadre des activités de communication avec les bénéficiaires
- Établissement de jalons communs pour les activités opérationnelles et de communication avec les bénéficiaires, assortis d'objectifs et d'indicateurs clairement définis
- Présence accrue sur le terrain de l'équipe chargée de la communication avec les bénéficiaires, qui accompagne régulièrement le personnel chargé des opérations afin d'interagir avec la communauté et de mieux comprendre le contexte et les besoins en matière de communication
- Contacts plus réguliers entre les équipes chargées de la communication avec les bénéficiaires et les équipes chargées des opérations, pour définir des moyens de s'entraider

## **Utilisation accrue des mécanismes de retour d'information et utilisation de ces données pour orienter les activités opérationnelles futures**

### Étapes clés:

- Consolidation des données collectées par le biais des mécanismes de retour d'information
- Analyse des données en temps utile, mise en évidence des questions récurrentes
- Comptes rendus réguliers des résultats aux équipes chargées des opérations
- Recensement des mesures à prendre pour répondre aux questions récurrentes
- Suivi des questions mises en évidence pour s'assurer que les mesures prises sont efficaces

## **Réglage fin des outils de communication avec les bénéficiaires et meilleur ciblage**

### Étapes clés:

- Collaboration avec les équipes chargées des opérations pour définir le profil des communautés cibles et repérer les principales vulnérabilités/principaux problèmes sur lesquels se concentrer dans chaque communauté et chaque lieu
- Passage des SMS de portée générale utilisés pour les communications en dehors des situations d'urgence à des SMS plus ciblés, envoyés à des listes de personnes en fonction du sujet et de la zone géographique
- Adaptation au contexte local et au public des messages délivrés par la voiture à mégaphone et des supports imprimés
- Possibilité, pour les communautés, de formuler des commentaires via SMS par le biais du système: doit être réexaminée

## **Interaction accrue avec les communautés**

### **Étapes clés:**

- Définition de l'itinéraire que la voiture à mégaphone va suivre dans une communauté et de l'heure à laquelle elle va circuler, et préparation du message le plus approprié: peut être fait avec la participation de la communauté
- Combinaison de deux outils de communication (la voiture à mégaphone et Radyo Kwa Wouj) afin d'organiser dans les communautés des tournées pendant lesquelles les experts de l'émission de radio répondront en direct aux questions
- Invitation de membres de la communauté, en plus des experts, à participer à l'émission de radio afin de garantir la pertinence des discussions
- Émission davantage axée sur la communauté: visite des communautés depuis lesquelles la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge prévoit de diffuser des émissions et séances de questions-réponses

## **Collaboration avec d'autres acteurs**

### **Étapes clés:**

- Recensement et localisation des partenaires et des communautés clés
- Recensement des principales sources d'information et des déclencheurs des alertes médiatiques
- Mise en place d'outils favorisant la circulation de l'information
- Élaboration d'une politique et de procédures opérationnelles normalisées pour permettre à d'autres organisations d'accéder aux outils de communication avec les bénéficiaires

## **Renforcement du suivi et de l'évaluation**

### **Étapes clés:**

- Définition des indicateurs et établissement d'une base de référence: dans la mesure du possible, utilisation de données historiques ou existantes
- Suivi régulier par rapport aux indicateurs
- Si cela n'a pas été possible pour l'ensemble du programme, définition des domaines clés et conduite d'études spécifiques, lorsque cela est réalisable
- Utilisation des données collectées pour mesurer l'impact dans le temps
- Recensement des activités et des stratégies de communication avec les bénéficiaires ayant le plus grand impact



## Étude de cas

# Voiture à mégaphone

«*J'accorde une attention particulière aux messages sur l'hygiène, car celle-ci est très importante dans mon travail*», explique Memene Vilase, une sage-femme vivant dans le village d'Onaville situé dans la périphérie de Port-au-Prince.

Avant le tremblement de terre du 12 janvier 2010, Onaville était peu peuplé, mais le nombre d'habitants a considérablement augmenté depuis que des familles dont la maison a été détruite sont arrivées en masse pour s'y réfugier.

Après le tremblement de terre, et en particulier après la flambée de choléra, il était important de diffuser des informations sur l'hygiène et la prévention des maladies aussi vite que possible et au plus grand nombre de personnes possible. La Croix-Rouge et le Croissant-Rouge ont commencé à utiliser la voiture à mégaphone – un véhicule équipé d'un mégaphone et d'un micro – pour communiquer ces informations. Aujourd'hui, la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge se servent toujours de cet outil de communication, qui continue de sillonner les rues et les communautés de Port-au-Prince, ainsi que les camps encore ouverts, pour faire passer des messages de prévention du choléra, de promotion de l'hygiène et de prévention de la violence et du VIH.

«*Après le tremblement de terre, la population avait vraiment besoin de savoir comment vivre en sécurité dans les camps et comment faire pour ne pas tomber malade*», dit Memene.

Memene vit avec son mari et ses sept enfants. Elle dit qu'elle a beaucoup appris grâce à la voiture à mégaphone. Elle connaît l'état de santé des villageois du fait de son travail, et c'est pourquoi elle pense que le rôle de la voiture à mégaphone est très important.

«*Je dois veiller à ce que mes mains et mes instruments soient toujours propres pour que les mères et les bébés n'attrapent pas d'infection*», explique-t-elle.



Un véhicule de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge équipé d'un mégaphone et d'un micro.

«*Certains pensent que les maladies comme le choléra n'existent pas ou qu'ils ne les attraperont jamais. Je voudrais qu'ils entendent les messages diffusés par la voiture à mégaphone et qu'ils se rendent compte à quel point ils sont importants. Les messages peuvent aider les autres, comme ils m'ont aidée.*»



# Les Principes fondamentaux du Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge

**Humanité** Né du souci de porter secours sans discrimination aux blessés des champs de bataille, le Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, sous son aspect international et national, s'efforce de prévenir et d'alléger en toutes circonstances les souffrances des hommes. Il tend à protéger la vie et la santé ainsi qu'à faire respecter la personne humaine. Il favorise la compréhension mutuelle, l'amitié, la coopération et une paix durable entre tous les peuples.

**Impartialité** Il ne fait aucune distinction de nationalité, de race, de religion, de condition sociale et d'appartenance politique. Il s'applique seulement à secourir les individus à la mesure de leur souffrance et à subvenir par priorité aux détresses les plus urgentes.

**Neutralité** Afin de garder la confiance de tous, le Mouvement s'abstient de prendre part aux hostilités et, en tout temps, aux controverses d'ordre politique, racial, religieux et idéologique.

**Indépendance** Le Mouvement est indépendant. Auxiliaires des pouvoirs publics dans leurs activités humanitaires et soumises aux lois qui régissent leur pays respectif, les Sociétés nationales doivent pourtant conserver une autonomie qui leur permette d'agir toujours selon les principes du Mouvement.

**Volontariat** Il est un mouvement de secours volontaire et désintéressé.

**Unité** Il ne peut y avoir qu'une seule Société de la Croix-Rouge ou du Croissant-Rouge dans un même pays. Elle doit être ouverte à tous et étendre son action humanitaire au territoire entier.

**Universalité** Le Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, au sein duquel toutes les Sociétés ont des droits égaux et le devoir de s'entraider, est universel.

Cette publication est un rapport d'évaluation des méthodes et des outils qui ont été utilisés par la Croix-Rouge et le Croissant-Rouge pour communiquer avec les communautés après le tremblement de terre dévastateur qui a frappé Haïti en 2010. L'étude donne des recommandations sur les moyens d'utiliser de manière plus efficace les outils de communication pour nouer le dialogue avec les communautés en Haïti et ailleurs.

**Informations complémentaires :**

**En Haïti**

**Luvini Ranasinghe**

**Coordonnatrice, communications**

luvini.ranasinghe@ifrc.org

**À Genève**

**Département Communications**

Téléphone: +41 (0)22 730 42 22

Fax: +41 (0)22 733 03 95

**[www.ifrc.org](http://www.ifrc.org)**

**Sauver des vies, changer les mentalités.**



Fédération internationale des Sociétés  
de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge