



# ROOTED IN TRUST 2.0

## Évaluation de l'écosystème d'information en Haïti

Résumé exécutif et recommandations



## Le projet

Le projet Rooted in Trust (RiT) est exécuté dans treize pays (Liban, Colombie, Haïti, Brésil, Mali, Soudan, République Démocratique du Congo, Soudan du Sud, Yémen, Madagascar, Irak et Afghanistan). Il vise d'une part à s'informer de la propagation sans précédent de rumeurs et de désinformation concernant le SARS-Cov-2 communément appelé COVID-19, et d'autre part, il entend contribuer à ce que les communautés aient accès à une information fiable au sujet de SARS-Cov-2 et les vaccins y afférents afin de faciliter des prises de décision éclairées. Cependant, avec la résurgence du choléra en Haïti depuis le 2 octobre 2022, le projet RiT Haïti s'est focalisé sur cette maladie. En Haïti, RiT est mis en œuvre par Internews avec des partenaires locaux dont Panos Caraïbes et le Cercle de réflexion sur le développement économique (CRDE, connu sous le nom de Policité).

Afin de mieux répondre aux besoins d'informations fiables, le projet RiT Haïti a voulu, à travers l'évaluation de l'écosystème de l'information (Information Ecosystem assessment IEA, en anglais), comprendre la manière dont certaines catégories de population accèdent et partagent des informations liées au choléra ou à d'autres problèmes de santé publique en Haïti. L'IEA est réalisée suivant une approche conçue et développée par Internews. Cette approche utilise un cadre analytique afin de mieux saisir les différentes dimensions de la relation entre l'offre et la demande d'information. Elle cherche à comprendre les mécanismes à travers lesquels les communautés trouvent, accèdent et partagent l'information ainsi que la valeur et la confiance accordées à cette information dans le contexte complexe de l'écosystème de l'information.

**L'évaluation a été réalisée entre les mois d'octobre 2022 et janvier 2023 au moyen d'une approche méthodologique incluant plusieurs méthodes de collecte de données : un sondage dans les zones cibles, des entretiens avec des informateurs clés, des focus groups ainsi qu'une collecte de rumeurs en ligne. Ont été également exploitées des données supplémentaires telles que des données démographiques et communautaires, des documents gouvernementaux, des ouvrages sur la communication et les médias, des plateformes de réseaux sociaux et des bases de données spécialisées sur les indicateurs des pays.**



## Contexte du pays

Avec environ 12 millions d'habitants, Haïti est le pays le plus peuplé dans les Caraïbes, devant la République dominicaine et Cuba. Plus de la moitié de la population a moins de 34 ans, 22,7 % ont entre 15 et 24 ans. Le chômage et le sous-emploi touchent plus de 60% de la population. Les personnes vivant avec un handicap représentent environ 10 % de la population totale du pays, et plus de la moitié de la population est constituée de femmes (50,5%).

Malgré son avantage démographique, le pays peine à s'engager sur la voie du développement. La première république indépendante dans les Amériques après les Etats-Unis vit depuis quelques temps une des pires crises de son histoire avec des indicateurs économiques et sociaux au rouge : croissance négative du PIB de -1,5% en 2022[1] alors que le pays a besoin d'un taux de croissance annuelle d'au moins 8 % pour doubler son PIB[2] réel[3], indice de développement humain (0,510 sur 1) inférieur à la moyenne des pays du groupe à développement humain faible avec un classement en 170e position sur 189 pays en 2020[4], taux d'inflation de 20,2 % en 2021 et 22,4% en 2022 selon les prévisions du Fonds monétaire international (FMI). La pandémie de COVID-19, la résurgence du choléra, l'insécurité et la prolifération des groupes armés qui terrorisent la population, la multiplication des enlèvements, l'instabilité politique ainsi que l'assassinat du président Jovenel Moïse ont largement contribué à aggraver la situation d'une économie déjà peu reluisante et improductive ainsi que les mauvaises conditions de vie dans le pays.

En 2022, le gouvernement de facto a décidé de supprimer les subventions publiques au carburant, occasionnant une hausse des prix de l'essence dans le pays et une flambée de l'inflation. Conséquemment, les prix des produits de première nécessité ont explosé, augmentant les risques de famine[5]. Des médias adoptent parfois des horaires de fonctionnement réduits en raison de la rareté de carburant. L'Organisation des Nations Unies souligne que « selon les estimations les plus récentes du Cadre intégré de classification de la phase humanitaire et de la sécurité alimentaire (IPC), quelque 4,5 millions d'Haïtiens (45 % de la population) devraient souffrir de la faim. Parmi eux, plus de 1,3 million seront probablement en situation d'urgence (phase 4 de l'IPC) entre mars et juin 2022 » [6]. Sur le plan politique, il n'existe plus d'élus en Haïti depuis janvier 2023[7]. L'État haïtien peine à adopter les politiques publiques adéquates pouvant permettre au pays de sortir de la pauvreté actuelle.



## notes

[1] ProFin. (2022). Haïti enregistre une croissance négative du PIB de -1.5%. URL : <http://bit.ly/3ZvoDqL>

[2] En 2020, le produit intérieur brut (PIB) par habitant est de 1 149,50 \$ US. Selon la Banque mondiale, « En 2021, Haïti avait un coefficient GNI par habitant de 1 420 \$ US, le plus bas de la région ALC, qui était en moyenne de 15 092 \$ US ».

[3] Lalime, Thomas, « 2018-2020: pire performance économique depuis 30 ans. » in Le Nouvelliste, 28 décembre 2020. URL : <https://lenouvelliste.com/article/224662/2018-2020-pire-performance-economique-depuis-30-ans>

[4] Saint-Pré, Patrick, « Le rapport du développement humain 2020 classe Haïti au 170e rang mondial sur 189 pays », in Le Nouvelliste, 17 décembre 2020. URL: <https://lenouvelliste.com/article/224416/le-rapport-du-developpement-humain-2020-classe-haiti-au-170e-rang-mondial-sur-189-pays>.

[5] En 2012, plus de 58,7% de la population haïtienne vivait en dessous du seuil de pauvreté (Banque Mondiale & ONPES, 2014) et 23,9% se trouvait en situation d'extrême pauvreté. Plus de dix ans plus tard, la situation s'est aggravée.

[6] ONU. (2022). Haiti : 4,5 millions d'Haïtiens menacés par la faim (PAM). Consulté le 2 février 2023. URL : <https://news.un.org/fr/story/2022/03/1116792>

[7] A la date de la rédaction de ce rapport (mars 2023), les élections n'ont toujours pas eu lieu en Haïti.



## Paysage médiatique et numérique

Les indicateurs du contexte précédent sont importants à considérer pour mieux comprendre l'incidence de la pauvreté sur l'écosystème d'information du pays et les facteurs qui occasionnent la propagation de fausses informations, de rumeurs et de désinformation. Pourtant, l'écosystème d'information est capable de participer à l'éducation et à renforcer la vitalité de la démocratie dans un pays si les structures qui le composent jouent bien leur rôle. D'ailleurs, un écosystème d'information sain permet de respecter l'article 19[1] de la Déclaration universelle des droits de l'homme[2]. En 2020, Internews a esquisé un portrait de l'écosystème de Port-au-Prince et présenté le paysage médiatique du pays en analysant différentes sources existantes. Il y est souligné comment l'expansion des médias a contribué à une plus grande liberté d'expression, mais aussi « à la prolifération de médias qui n'ont pas toujours les moyens de fonctionner ou d'assurer la production de contenus originaux dans le cas des télévisions. De plus, beaucoup de médias n'arrivent toujours pas à respecter les règles éthiques et ne sont souvent pas au courant des besoins d'information de leur public. »[3] D'ailleurs, depuis la crise sociopolitique qui s'est aggravée, de nombreuses entreprises ont arrêté les publicités qui constituent le socle du modèle économique des médias haïtiens[4].

Selon le panorama médiatique dressé, il y aurait en Haïti :

- Environ 700 stations de radios sur la bande FM dont la moitié émet sans autorisation légale[5]. (Les stations de radio communautaires, plus de 100, ne sont pas prises en compte dans le cadre juridique actuel).
- 150 stations de télévisions dont 107 autorisées à émettre sur des ondes claires dans différentes zones géographiques du pays avec accès gratuit ;
- trois réseaux numériques de télévision sur des ondes brouillées desservant Port-au-Prince pour le moment.

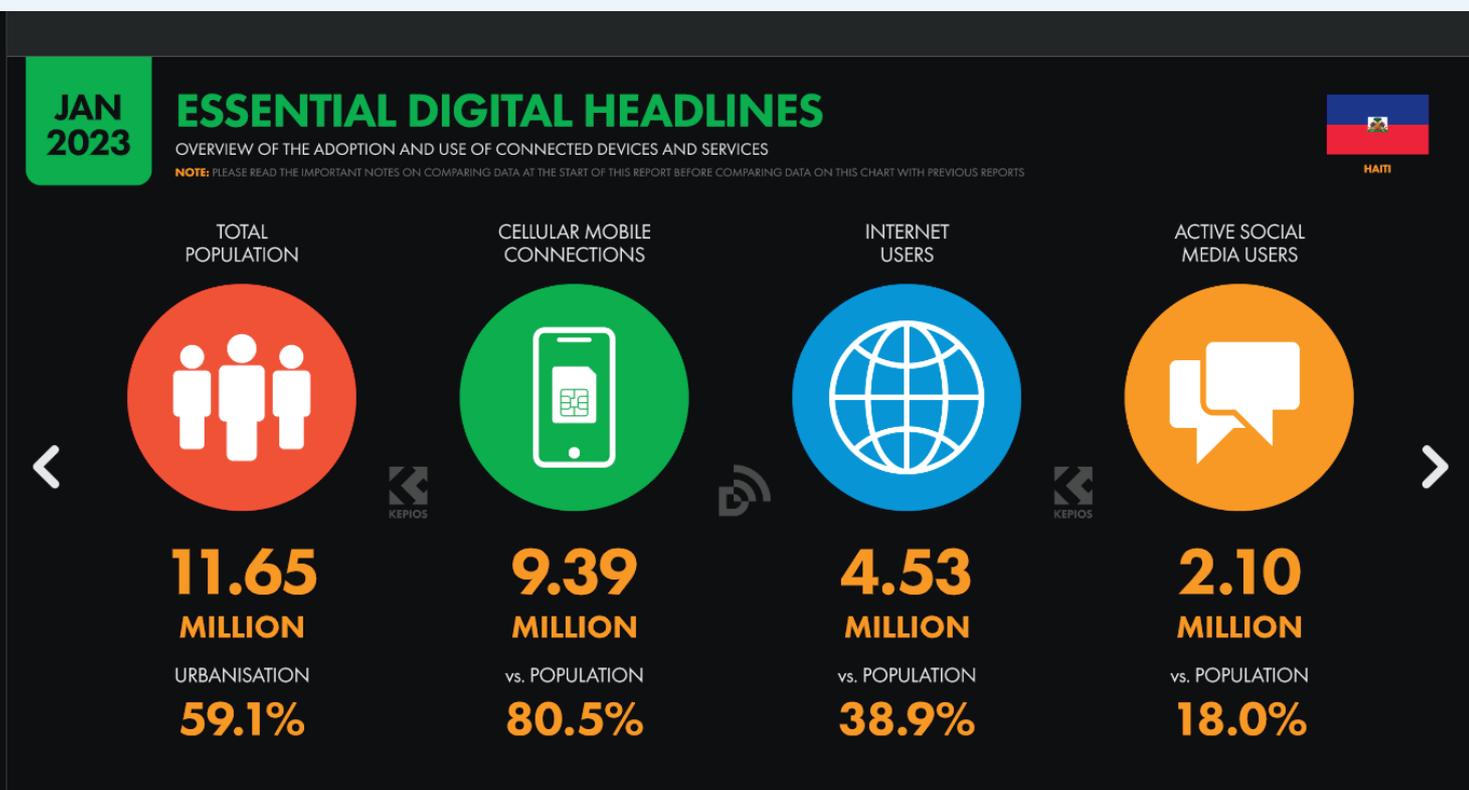


- Deux compagnies de télécommunication, Digicel et Natcom ayant pus de 7.37 millions d'abonnés.
- Deux journaux papiers: Le Nouvelliste et Le National.
- Sept fournisseurs de services d'Internet : Hainet, Multilink, Access Haiti, ACN, Starlink, ainsi que Digicel et Natcom.
- 14 points de chute du BDSNi (Bahamas Domestic Submarine Network International), câbles de fibre optique sous-marine Fibralink aux Bahamas et en République Dominicaine, et une connexion satellite, Intelsat.

En juillet 2022, le Conseil National de Télécommunication annonçait avoir reçu une demande d'autorisation de SpaceX pour offrir son service d'internet par satellite, Starlink[6]. L'arrivée de SpaceX pourrait changer la donne si la compétition fait baisser les prix. Toutefois, il y a eu un léger progrès dans l'accès à Internet dans le pays. Les données datant de 2018 estimaient que 31.1 % d'Haïtiens avaient un abonnement internet fixe haut débit, et 32% de l'Internet sans fil.

En 2023, le taux de pénétration d'internet est passé à 38.9 % selon le dernier Digital Report[8] incluant :

- 4.53 millions d'utilisateurs d'Internet. 86.06% de ces utilisateurs se connectent via leur téléphone mobile.
- 2.10 millions d'utilisateurs de réseaux sociaux[9], la compagnie Meta ayant la plus grosse part de marché
- 9.39 millions de connexions cellulaires mobiles (une personne pouvant avoir plusieurs connexions mobiles).



## notes

[1] L'article 19 stipule «Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit»

[2] Reporter Sans Frontière. (2023). Information and Democracy. URL : <https://rsf.org/en/information-and-democracy>

[3] Internews. (2020). Évaluation de l'écosystème d'information de Port-au-Prince, p.19 . Document original.

[4] Céliné, Samuel (Ayibopost, 4 décembre 2019). La dépendance à la publicité tue les médias haïtiens.

[5] UNESCO(2022): Étude sur le développement des médias en Haïti : basée sur les indicateurs de développement des médias de l'UNESCO. Consulté le 1er mars 2023. URL : <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000384411>

[6] CONATEL (2022). Demande d'autorisation pour les services Starlink et Swarm de SpaceX. URL : <http://www.conatel.gouv.ht/node/511>

[7] Rezo Nodwès (2022, 31 décembre). Haïti : Le service d'internet de SpaceX pourrait être disponible au premier trimestre 2023.

[8] Kemp, Simon (2023, 16 février). Digital 2023 : Haïti. Consulté en ligne le 1er mars 2023. URL : <https://datareportal.com/reports/digital-2023-haiti>

[9] Dont 1.9 millions d'utilisateurs de Facebook et 482 200 utilisateurs d'Instagram selon Meta, 270 000 utilisateurs de LinkedIn, 160 800 utilisateurs de Twitter.



## Principaux résultats

- La situation économique du pays ainsi que le manque criant d'infrastructures et de politiques publiques appropriées compliquent l'accès à l'information de beaucoup d'Haïtiens.
- Le paysage médiatique en Haïti est vaste. Environ 700 stations de radios et 150 chaînes de télévision fonctionnent en Haïti[1]. Le nombre d'utilisateurs d'Internet a augmenté passant de 31,1% en 2018 à 38,9% en 2023. Soit environ 4.53 millions d'utilisateurs d'Internet. 86,06% de ces utilisateurs se connectent via leur téléphone mobile[2]. Malgré la multiplication des stations de radio et des médias, les programmations restent essentiellement dominées par la politique et le sport, sans couverture suffisante de sujets tels que le choléra et le COVID-19.
- Les participants à l'étude ont souligné le déficit de professionnalisme, et le manque de formation du personnel des médias, ainsi que le clientélisme qui privilégie l'accès à l'information pour certains médias et dans le même temps l'entrave pour d'autres.
- La presse papier est en plein déclin en Haïti. Personne (0 %) parmi les répondants ne dit utiliser « toujours » ce médium pour s'informer sur le choléra par exemple. De même, les médias en ligne et les plateformes de médias sociaux sont rarement utilisés pour obtenir des informations sur le choléra.



- En Haïti, la radio reste le canal le plus utilisé pour s'informer, suivi par les amis et la famille, puis par les lieux religieux. En outre, environ un tiers des personnes interrogées s'informent sur le choléra par l'intermédiaire des agents de santé, un tiers par des brochures informatives et un tiers par l'intermédiaire des écoles.
- Plus de 80% des personnes interrogées préfèrent recevoir des informations écrites et orales dans leur langue maternelle, en l'occurrence, le créole. 66,5 % des participants ont déclaré avoir toujours reçu les informations dont ils avaient besoin dans la langue qu'ils préféraient (créole).
- Les participants ont indiqué que le fait de recevoir des informations dans leur langue maternelle était le principal déterminant de la fiabilité de ces informations, suivi par le fait que celles-ci soient partagées par diverses sources, puis par leur caractère officiel. Comme déterminants « importants » de la confiance, les participants ont le plus souvent cité l'origine étrangère de l'information, le niveau de détail et la langue maternelle.
- Les participants aux entretiens et aux groupes de discussion ont souligné que la proximité sociale et physique de la source d'information par rapport aux communautés ciblées était une caractéristique essentielle de la fiabilité.
- L'importance de la provenance des sources gouvernementales officielles et des sources étrangères pour la fiabilité des informations est contestée. Si le fait de provenir de sources gouvernementales officielles est l'un des trois principaux déterminants de la confiance, il est aussi le plus souvent cité comme n'ayant aucun rapport avec la confiance. Alors que les participants ont le plus souvent cité les informations provenant de sources étrangères en termes « d'importance pour la confiance », il s'agit de la quatrième caractéristique la plus souvent citée en termes de très faible importance pour la confiance.



- Les agents de santé implantés dans les communautés bénéficient d'une meilleure cote de confiance auprès des personnes interrogées. Les trois principales sources d'information auxquelles les participants accordent une « confiance absolue » sont les agents de santé, puis les ONGI et l'État central. Les agents de santé, les médias internationaux et les responsables communautaires sont les sources les plus souvent citées comme bénéficiant d'un « bon » niveau de confiance.
- Les amis et la famille, les ONGI et les médias communautaires sont considérés comme inspirant « très peu » de confiance, tandis que l'État central, les médias gouvernementaux et les autorités locales n'inspirent « pas du tout » confiance.
- Les participants ne sont pas certains de la fiabilité des ONGI et de l'État central. Tous deux figurent parmi les trois premières sources d'information bénéficiant d'une « confiance absolue ». Cependant, les ONGI figurent également parmi les trois premières sources d'information qui inspirent « très peu » de confiance, et l'État central est la source la plus souvent citée qui n'inspire « pas du tout » confiance.
- Les sources d'information perçues comme les plus fiables ne sont pas celles qui sont le plus souvent utilisées pour obtenir des informations sur le choléra. Les programmes radiophoniques se concentrent rarement sur le sujet. La famille et les amis sont cités le plus souvent comme inspirant « très peu » de confiance, et les leaders religieux sont cités le plus souvent comme n'inspirant qu'une « confiance partielle ».
- L'étude révèle que 90,1% des personnes interrogées estiment ne pas disposer de suffisamment d'informations sur le choléra, notamment l'aide humanitaire liée à l'épidémie, ses effets sur l'emploi et la manière d'obtenir des informations crédibles.



- Depuis la réapparition de l'épidémie en octobre 2022, **de nombreuses rumeurs se sont propagées par rapport au choléra**. Parmi les rumeurs les plus courantes qui circulent, on peut citer notamment :

« Les gens peuvent attraper le choléra lors des rapports sexuels »

« Le choléra n'existe pas dans tous les cas, il existe aussi des expéditions sous forme de choléra. » [Comprendre: le choléra n'existe pas. Quoique certaines personnes aient des symptômes similaires à ceux du choléra, cela est dû en réalité à des attaques mystiques, NdA]. »

« Le choléra est une maladie mystique. »

- Un large éventail de rumeurs s'est propagé depuis l'apparition du COVID-19 en Haïti. La rumeur prépondérante parmi les personnes interrogées est celle qui lie la propagation du COVID-19 aux étrangers/migrants/réfugiés, suivie de la conviction que la pandémie touche principalement les Blancs/les habitants de l'Europe/des États-Unis, et de la conviction que le COVID-19 est un virus créé dans un laboratoire en Chine.
- La présence de rumeurs est inquiétante. Seulement 8,2% des répondants d'ailleurs disent être sûrs de toujours pouvoir distinguer une information juste d'une fausse.



## Recommandations



En raison des crises politiques et économiques auxquelles Haïti est actuellement confronté et de l'incertitude liée à l'engagement dans les structures de gouvernance du pays, les propositions ci-dessous mettent l'accent sur des recommandations générales pour tous les partenaires et se concentrent sur les acteurs humanitaires.

- Les acteurs humanitaires peuvent consulter les leaders locaux et les membres de la communauté sur les meilleurs moyens de recevoir des informations dans les communautés et mener des enquêtes sur les besoins d'information et les ressources disponibles dans ces communautés. Pour éviter de perpétuer des mécanismes d'exclusion potentiels au sein de la communauté, cette approche devrait mettre l'accent sur l'inclusivité et la large participation de tous les sous-groupes de la population, en encourageant les questions et le retour d'information. Une telle approche favorise également la responsabilisation en donnant aux participants la possibilité d'identifier ce qui manque, ce qui peut être amélioré et ce qui ne va pas.
- Lors des réunions, les humanitaires doivent expliquer clairement les plans qu'ils proposent en termes d'options et préciser comment les décisions sont prises et par qui - et être ouverts à la modification de ces plans en réponse aux recommandations et aux priorités de la communauté.
- Les acteurs humanitaires doivent s'efforcer de communiquer et de diffuser ce qui est discuté, décidé et défendu lors des réunions avec les leaders locaux et les membres de la communauté, y compris les évaluations, les recommandations et autres commentaires des participants sur les approches proposées, afin de promouvoir la transparence et d'entretenir la confiance.
- La communication entre les humanitaires et les communautés doit être permanente et refléter l'intégration continue des réactions des membres de la communauté. Pour maintenir cette dynamique, les acteurs humanitaires doivent mettre en place divers mécanismes leur permettant d'être facilement joignables par les membres de toutes les couches sociales, en particulier les groupes vulnérables, et rester réceptifs à leur contribution.

## Recommandations

- Les humanitaires doivent s'appuyer sur les structures existantes au sein des communautés – traditionnelles ou non – pour atteindre toutes les couches sociales lors des campagnes de sensibilisation, en particulier lors des crises sanitaires, telles que les espaces religieux (églises et temples vodou), les écoles, les points de rassemblement et de partage (promenades, points d'eau, gaguère, etc.).
- Pour créer une alternative valable à la désinformation, il faudra améliorer l'accès aux outils et les canaux utilisés devront être facilement abordables et accessibles en fonction des communautés desservies. Ils devraient également tenir compte des besoins spécifiques des personnes handicapées et des populations marginalisées ou sous-représentées.
- Afin de lutter contre la désinformation et de promouvoir la professionnalisation du secteur des médias, les acteurs humanitaires peuvent contribuer à la formation continue des journalistes locaux et nationaux sur les méthodes de vérification de l'information comme la triangulation et sur des thèmes spécifiques comme la santé publique, l'environnement, la gestion des risques et des désastres, etc. Cette approche pourrait également permettre d'élargir la programmation actuelle des médias haïtiens qui privilégient la politique et le sport.
- Les activités de formation doivent être aussi participatives et inclusives que possible, afin d'aider non seulement les acteurs des médias mais aussi les membres de la communauté à développer les compétences nécessaires pour identifier efficacement les rumeurs, les fausses informations et la désinformation dans l'écosystème de l'information.
- Les acteurs humanitaires peuvent encourager et soutenir les médias communautaires et nationaux dans la programmation d'émissions qui servent à partager des informations claires et précises, avec une approche de proximité et d'inclusion sociale de tous les membres de la communauté, en leur donnant l'occasion d'exprimer leurs préoccupations et d'aborder des sujets pertinents pour leur vie quotidienne.
- Les acteurs humanitaires peuvent faciliter des partenariats durables et plus équitables entre les prestataires de services publics, les autorités publiques, les travailleurs de la santé et les médias. Une approche possible consisterait à organiser des réunions régulières au cours desquelles ces acteurs pourraient interagir et échanger des informations, en encourageant la coordination et la collaboration dans le but de réduire le clientélisme et d'améliorer l'accès à l'information.

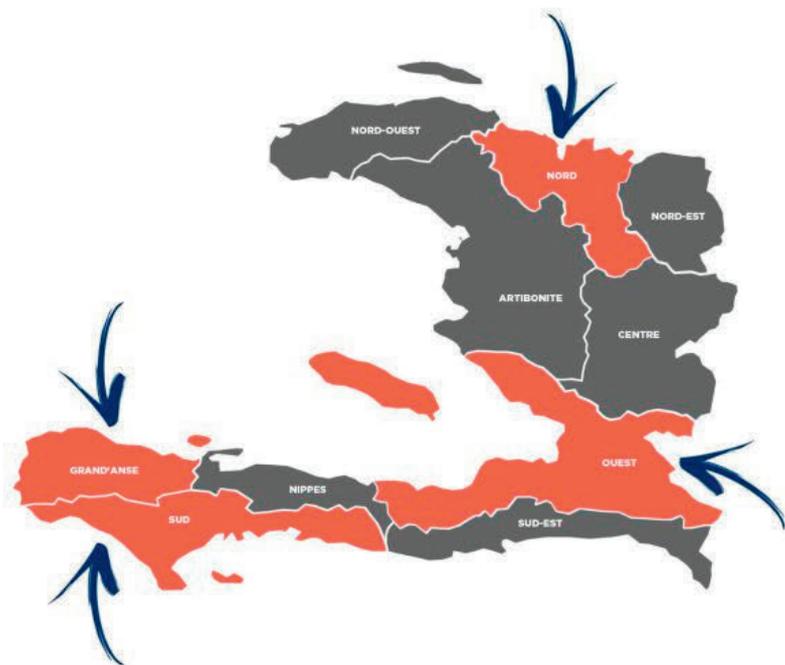
## Recommandations



- L'information doit être fournie dans la langue préférée des destinataires, le créole, et le contenu doit refléter leurs priorités et leurs besoins d'information. En plus d'être mieux informés sur l'aide humanitaire liée à l'épidémie de choléra, sur l'impact de l'épidémie sur l'emploi et sur la manière d'obtenir des informations crédibles sur le choléra, les gens sont préoccupés par le pouvoir d'achat, les pénuries de carburant, l'insécurité, les enlèvements et les fermetures d'écoles.
- Les campagnes d'information sur les crises sanitaires pourraient comporter un volet visant à renforcer les informations diffusées, en répétant leur diffusion par de multiples canaux au fil du temps, afin de lutter contre les tendances à l'oubli ou à la mémorisation erronée des directives sanitaires ou à la confusion entre les informations relatives au choléra et celles qui concernent le COVID-19.
- Les agents de santé, qui sont les sources d'information les plus fiables, devraient participer pleinement à la création du contenu de l'information et à sa diffusion. Leur présence et leur voix dans les émissions radiophoniques, le canal le plus utilisé pour obtenir des informations sur le choléra, pourraient favoriser l'assimilation et l'adoption de ces informations dans les pratiques des ménages.
- Les évaluations contradictoires de la crédibilité des ONGI et de l'État central, ainsi que les informations provenant de sources étrangères et gouvernementales en général, doivent être gardées à l'esprit lors de la conception des campagnes de sensibilisation.
- Pour remédier au manque d'infrastructures qui entrave l'accès à l'information, les acteurs humanitaires pourraient faire appel à des acteurs du secteur privé et à des partenariats public-privé qui travaillent dans le domaine de l'énergie solaire et éolienne, ainsi qu'à ceux qui s'efforcent d'étendre la portée des émissions radio, la pénétration de l'internet et l'accès à des technologies abordables en général. Des demandes de subventions conjointes auprès d'organismes de financement plus importants pourraient offrir un moyen de financer des projets plus vastes, en particulier si les partenariats public-privé sont potentiellement en mesure de devenir des entreprises durables à l'avenir.

## Notes





NOS PARTENAIRES



Policité

96, Puits-Blain 21, 6120 HT Delmas, Haiti  
[www.policite.org](http://www.policite.org) | [contact@policite.org](mailto:contact@policite.org)  
509 3646 4568