

CRISE COVID-19 : COMMENT ADAPTER SA COLLECTE DE DONNEES POUR LE SUIVI ET LA REDEVABILITE ?

Version 1 - 7 Avril 2020



Cette note est produite dans le cadre du projet "Renforcer la gestion des données programmes des OSC" cofinancé par l'Agence Française de Développement¹.

CartONG adapte ses activités et son support au secteur de la solidarité nationale et internationale au contexte de la crise du Covid 19. La présente note vise ainsi à répondre aux questions remontées par plusieurs de nos partenaires ONG ces derniers jours.

CartONG demeure à l'écoute des besoins des acteurs du secteur, **n'hésitez donc pas à nous contacter** à partnerships@cartong.org si vous aviez besoin d'un support en gestion de l'information dans ce contexte ou si vous souhaitez nous faire part de vos retours sur la présente note.

I. Rappel des recommandations génériques applicables à la collecte et gestion de données dans le cadre de la crise Covid-19	2
II. Alternatives à distance aux collectes de données type enquête	5
I. Synthèse des solutions et glossaire	5
II. Conditions préalables et implications	6
II.1. Administration par enquêteur	8
II.1.A. Entretien par téléphone	8
II.1.B. ITAO/CATI - interview téléphonique assisté par ordinateur	9
II.2. Auto administration	9
II.2.A. Enquête par SMS	10
II.2.B. Enquête par USSD	11
II.2.C. Enquête par téléphone via le web	12
II.2.D. Serveur vocal interactif (IVR en anglais)	13
III. Alternatives à distance aux mécanismes de redevabilité	14
III.1. Les alternatives possibles	14
III.2. Les bonnes pratiques et leçons apprises	16
IV. Enjeux de protection des données	17

Document diffusé sous licence Creative Commons CC-BY 4.0

Les icônes utilisées dans ce document ont été créées par Iconathon, Icon Master et Justin Blake de Noun Project


¹ Le présent document bénéficie du soutien de l'Agence Française de Développement. Néanmoins, les idées et les opinions présentées dans ce document ne représentent pas nécessairement celles de l'AFD.


Alors que les programmes humanitaires et de développement doivent s'adapter à l'épidémie en intégrant notamment les contraintes de distanciation sociale (limitation de la fréquence, proximité et quantité des activités en "face-à-face"), il en va de même pour les mécanismes de Suivi et Évaluation (S&E) et de redevabilité. Cette note destinée **aux équipes siège et terrain en charge du S&E** vise ainsi à aider à **l'adaptation**² de ces derniers en résumant les alternatives technologiques³ possibles au niveau :

- des dispositifs **de collecte de données**
- des dispositifs **d'échange avec les communautés**
- des enjeux de **protection des données** pour ces derniers

I. Rappel des recommandations génériques applicables à la collecte et gestion de données dans le cadre de la crise Covid-19

Dans le contexte du Covid-19 la plupart des acteurs recommandent actuellement de :

- Limiter au maximum (voire d'arrêter) les collectes de données en face-à-face (tels que les enquêtes sur papier ou via smartphones, focus group etc.) et de prioriser (voire d'utiliser obligatoirement) **des mécanismes de collecte de données "à distance"** pour limiter la fréquence et le nombre de contacts entre individus. 
- Limiter les collectes **aux données essentielles et critiques** pour la mise en œuvre des projets et le suivi de contexte ; et de décaler à plus tard les collectes non impératives.
- Identifier le niveau de risque pour les équipes et les communautés et arrêter toutes **les collectes de données "à risque"** (ou d'équiper le personnel en charge du matériel de protection nécessaire) telles que la collecte de données biométriques⁴ (qui par nature peut faciliter la transmission du Covid-19) ou les collectes engendrant le rassemblement d'un trop grand nombre de personnes.
- Utiliser au maximum **les données secondaires**. La crise actuelle génère une quantité importante de données : pensez à utiliser notamment celles publiquement disponibles (Voir par exemple la plateforme [HDX](#)) au moins pour le monitoring de contexte. Cette limitation de la collecte de données primaire peut d'ailleurs être l'occasion d'explorer vos anciennes données que vous n'avez peut-être pas encore eu le temps d'analyser complètement ;)

- **Partagez au maximum vos données** : il est crucial - encore plus que d'habitude - de limiter les duplications de collecte de données. Il est d'autant plus normal que dans un contexte de crise les données soient de qualité imparfaite : mettez autant que possible en commun vos données partageables (avec vos partenaires, les clusters, les plateformes d'open data comme HDX, etc.), même si vous doutez de leur qualité. 

² Cette note se concentre ainsi sur **l'adaptation des programmes en cours** et ne traite pas de la question des dispositifs technologiques spécifiques à mettre en place en réponse à l'épidémie tels que les dispositifs dédiés aux centres de santé ou travailleurs médicaux, les outils de sensibilisation ou partage d'information de masse, à la prise en charge ou suivi/traçage des personnes contaminées, etc.

³ Les recommandations formulées ci-dessous sont principalement issues de la littérature existante sur le sujet, et se veulent être le plus générique possible. Elles doivent donc naturellement être adaptées à chaque contexte organisationnel, opérationnel et culturel. Les propositions de solutions technologiques mentionnées ne se veulent pas exhaustives et sont fournies à titre d'exemple purement indicatif. Si toutes les solutions mentionnées sont utilisées depuis plusieurs années par certains acteurs, elles n'ont pas non plus nécessairement été testées ou analysées en détail par CartONG. Enfin il doit être noté que, dans le cadre de la crise actuelle, certaines organisations proposent gratuitement leur services comme par exemple [Nafundi sur ODK](#) et que plusieurs fournisseurs de solutions proposent une accessibilité à leur service gratuite ou à tarifs réduits tels que [SurveyCTO](#), [CommCare](#), [OpenFN](#), [Ushuaidi](#), etc.

⁴ Voir notamment la recommandation de WFP à ce sujet <https://fscluster.org/sites/default/files/documents/wfp-guidance-for-cash-based-transfers-in-the-context-of-the-covid-19-outbreak1.pdf>

- Intégrer la composante **protection de données** dans vos nouveaux dispositifs technologiques (consentement, sécurisation, etc.) notamment - et surtout - si vous disposez de listes de personnes identifiées comme contaminées (risque important de stigmatisation). Si vous prévoyez d'être en situation de devoir référer des cas à un autre acteur, pensez à anticiper un "accord de partage de données" pour que ceux-ci soient conformes aux procédures de votre organisation. Cf. partie IV.
- Revoir **les stratégies de collecte de données** pour :
 - ⇒ Potentiellement **limiter les enquêtes quantitatives** (plus complexes à mettre en œuvre à distance et potentiellement source de nombreux biais - cf. partie II) au **profit notamment d'approches plus qualitatives** (tels que par exemple des interviews téléphoniques semi structurés),
 - ⇒ Revoir **vos stratégies d'échantillonnage** pour éventuellement viser un nombre plus réduit d'individus, par exemple avoir recours à des ménages sentinelles ou à un échantillonnage "en boule de neige" plutôt qu'un échantillonnage aléatoire probabiliste représentatif tel qu'initialement envisagé,
 - ⇒ Revoir également **la pertinence même de conduire certaines collectes** telles que les études de baselines ou endlines dans le contexte de crise actuelle. Cette dernière, en tant qu'événement exceptionnel, pourrait impacter les résultats, et rendre l'étude incomparable avec une période "normale",
 - ⇒ Penser à **utiliser des moyens alternatifs**, quand cela est possible et pertinent, tels que les images satellites ou issues de drones ou bien encore des capteurs distants (par exemple pour mesurer une quantité d'eau distribuée).
- **Coordonner vos efforts**. Certains États ou organisations (tels que les Croix Rouges nationales, des consortiums d'ONG...) sont en train de mettre en place des mécanismes de communication pouvant être destinés à certains acteurs ou certaines communautés (hotlines, envois de SMS...). Assurez-vous de connaître ces derniers afin ne pas les dupliquer, et de vous coordonner pour éviter les incompréhensions, doutes pour les communautés ou un trop plein d'informations. 
- La crise sanitaire peut toucher tout le monde, et dans ce sens, il est important que vos procédures **s'appliquent à tous vos partenaires** : organisation en charge du « third party monitoring », partenaires locaux, etc. Restez attentifs aux retours et éventuelles craintes exprimées par ces derniers et accompagnez les dans les changements.

Voir également



Le post de blog de Humanitarian Data Solution traduit par CartONG
<https://blog.cartong.org/2020/04/03/8-manieres-adapter-suivi-evaluation-pendant-pandemie-covid-19/>

La compilation de ressources par le European Evaluation Society :
<https://www.europeanevaluation.org/evaluation-times-covid19>

Préparez-vous (pour ceux qui auraient encore le temps de le faire)

01. La plupart des solutions alternatives à la collecte de données en face-à-face nécessitent l'usage des services téléphoniques, voire d'internet :

- Pensez donc à - rapidement - **collecter les numéros de téléphone** des acteurs clés de votre zone d'intervention (autorités locales, relais communautaires...) et des individus ou groupes bénéficiaires de vos projets, si cela est pertinent. De nombreuses personnes utilisent plus d'une carte SIM, pensez à collecter ces différents numéros, si pertinent.

NB : Pour cela, **revoyez dès à présent vos messages de collecte de consentement** pour vous permettre de conserver, utiliser et éventuellement partager légalement ces numéros. Il est important de préciser à quelles fins spécifiques vous prévoyez d'utiliser ces numéros (uniquement pour vos projets en cours et/ou ceux qui seraient mis en œuvre ultérieurement en préparation ou réponse au Covid-19). Si vous envisagez de partager ces numéros avec d'autres secteurs, le consentement devra être spécifique et granulaire (et permettre à votre interlocuteur de refuser un ou plusieurs types de partages tout en acceptant que votre organisation l'utilise). Cf. [partie IV](#)

- Dans les communautés très vulnérables ne disposant pas de téléphones, envisagez la **distribution de téléphones** basiques ainsi que de cartes SIM (plusieurs pays demandant la présentation d'une pièce d'identité pour obtenir une carte SIM - anticipez cette étape si votre pays est concerné).
- Le recours au téléphone, SMS ou internet nécessitera probablement pour votre futur interlocuteur d'utiliser son crédit de communication ainsi que sa batterie. Pensez dès à présent **aux moyens de rembourser vos interlocuteurs** (distribution de crédit, remboursement par paiement mobile...) et identifier si besoin comment ceux-ci pourront **recharger leur téléphone**.

NB : Pour les zones ne disposant d'aucune couverture téléphonique, aucune alternative de collecte "à distance" aisée n'a été identifiée (en dehors des éventuels classiques téléphones satellites, systèmes de radio communautaire, etc.) et la collecte de données devra être potentiellement suspendue en fonction des procédures de votre organisation ou du moins minimisée au maximum.

02. L'introduction de nouveaux mécanismes (et à fortiori de technologies) de communication est généralement vivement déconseillée en situation de crise, car vous n'aurez sans doute pas le temps de bien identifier votre besoin, former vos équipes, sensibiliser les communautés. Il se peut néanmoins que vous n'ayez pas le choix de faire la transition vers des technologies qui vous sont - pour votre organisation et les communautés bénéficiaires - encore inconnues. Cela demande donc :

- d'identifier dès que possible l'alternative que vous allez utiliser afin d'anticiper **son coût** (la plupart des solutions ne sont pas gratuites ou facilement accessibles comme peut l'être par exemple KoboToolBox), **procéder à son achat** (identification du fournisseur, rédaction du contrat, etc.),
- de rédiger **les procédures** pour l'utilisation de ces nouveaux outils et **former vos équipes**,
- de **sensibiliser autant que possible** les communautés et vos futurs interlocuteurs qui n'auront peut-être pas confiance dans ces nouveaux mécanismes. Si cela est possible commencez à introduire l'utilisation du téléphone de façon progressive, en utilisant dès maintenant des appels téléphoniques, individuels et explicatifs, pour construire la confiance.

03. Anticipez également que vos exercices de collecte de données et d'échange avec les communautés seront aussi l'occasion de répondre aux questions de vos interlocuteurs dans le contexte de cette crise et que vous avez la responsabilité de leur répondre. Pensez donc à vous assurer que les équipes en question disposent de **toutes les réponses aux questions les plus fréquentes**. Cela demande par exemple d'identifier le centre médical le plus proche où référer des cas suspects, ou de fournir une réponse identique d'une équipe à l'autre quant au redémarrage prévu des activités. De même, il est probable que ces exercices soient l'occasion de sensibiliser vos interlocuteurs à l'épidémie, pensez donc à intégrer des messages sur les pratiques d'hygiène, de prévention, etc.

04. Enfin, préparez-vous à accueillir de nouvelles sources de données (par exemple SMS, mais aussi potentiellement d'autres activités pouvant être dématérialisées, comme les transferts monétaires) dans vos systèmes d'information actuels, qui ne seront pas forcément structurés selon vos sources de données habituelles. Anticipez autant que possible les questions **d'interopérabilité** entre vos systèmes actuels et ceux qui seront mis en place (format des exports, automatisation des transferts via API, etc.).

II. Alternatives à distance aux collectes de données type enquête

I. Synthèse des solutions et glossaire

Même si l'interaction en face-à-face d'une enquête habituelle ne peut être complètement remplacée, l'utilisation d'une des méthodes de communication suivantes permet de palier à un déficit d'information ou de trianguler certaines informations remontées par des tiers :

Administration du questionnaire par l'enquêteur	Téléphone	L'enquêteur pose les questions au téléphone et note les réponses sur le même support qu'auparavant (papier, smartphone...) ou une interface adaptée à un ordinateur (interface web, tableur Excel...)
	ITAO/ CATI	<i>Interview Téléphonique Assisté par Ordinateur / Computer Assisted Telephone Interview</i> L'enquêteur pose les questions au téléphone et enregistre les réponses directement sur un logiciel (ordinateur). Le logiciel s'occupe de la gestion des appels.
Auto administration du questionnaire	SMS	<i>Short Message Service</i> Les questions sont envoyées par SMS et les réponses sont également renvoyées par SMS par le répondant. Les questions peuvent être simples ou structurées en fonction des réponses. L'enquête est généralement automatisée via un logiciel spécifique géré par une plateforme web.
	USSD	<i>Unstructured Supplementary Service Data / service supplémentaire pour données non structurées</i> Les questions sont envoyées par USSD (alternative au SMS plus rapide) et les réponses sont enregistrées en temps réel sur la plateforme web.
	Web mobile	L'organisation envoie un lien internet à tous les répondants. Ce sont les répondants qui répondent au questionnaire directement via leur téléphone.
	SVI/IVR	<i>Serveur vocal interactif / interactive voice response</i> L'enquête se fait via appel téléphonique, par le biais de messages vocaux préenregistrés. Les répondants utilisent les touches du téléphone pour répondre, au fur et à mesure que l'enquête se déroule.

Téléphone et transmission du virus

Il est indispensable de comprendre et de faire comprendre que le téléphone mobile, en lui-même, peut être un vecteur de transmission du virus. Communiquez donc auprès de vos équipes et communautés sur l'importance de nettoyer et d'éviter - si cela est possible - de partager son téléphone mobile.

Glossaire

USSD : Service de téléphonie mobile en temps réel ou de type messagerie instantanée, sans possibilité d'enregistrement ni de transfert des messages (contrairement aux caractéristiques des messages SMS "normaux"). Les USSD interactifs sont des sessions d'échanges de messages,

en un temps global imparti, défini préalablement par l'opérateur de réseau mobile (négociable). C'est la session d'échange qui sera facturée, non pas chaque message envoyé (comme c'est le cas pour les SMS).

Vous aurez peut-être également besoin pour certaines de ces alternatives (voir-ci-dessous), de solliciter et contractualiser avec un ou des ORM et/ou un agrégateur mobile. Voici la différence entre ces deux types d'organisation :

Opérateur de réseau mobile (ORM ou MNO en anglais) : Organisation fournissant des services de télécommunication. Par exemple : Orange ou MTN.

Agrégateur mobile : Organisation qui incorpore plusieurs opérateurs de réseau mobile et fournit un accès "unifié" aux différents services de communication des opérateurs de réseau mobile (ORM) par le biais de leur application d'agrégation. A noter qu'il existe différents types d'agrégateurs (agrégateur par API, agrégateur pour transfert monétaire...) et que certains sont spécifiques à certains pays notamment pour les USSD. Les plus répandus sont [Twilio](#), [Vonage](#) - anciennement Nexmo et Tokbox, [Clickatell](#), [Cellulant](#), [InfoBip](#), [Africa's Talking](#), [Synq Africa](#).

Voir les manuels de DIAL (en anglais)



Ce court document explique simplement les différences techniques entre les différents services mobiles (SMS USSD & IVR) : [DIAL Mobile Capability Model](#)

Ce court document explique l'intérêt et comment passer par un agrégateur plutôt qu'un ORM : [A Guide To Using Mobile Aggregators To Deliver NGO Services At National Scale](#)

II. Conditions préalables et implications

Pour toutes les alternatives identifiées, il est indispensable que les populations aient, au minimum, **accès à un service téléphonique**, ce qui peut donc être un frein dans certains contextes. Le répondant doit avoir accès à un téléphone mobile et être capable de s'en servir. Pour certaines de ces alternatives, l'accès à **internet** est également indispensable.

Cela introduit ainsi des **biais** importants et difficilement contournables dans les profils de répondants aux enquêtes, qui impliquent d'analyser les résultats avec une certaine réserve (il faut impérativement documenter les biais identifiés).

1. La **pénétration de la téléphonie mobile** n'est pas homogène sur tous les territoires, pour des raisons diverses (couverture réseau, densité de population, culturelles, etc.).
2. Dans de nombreux pays, les détenteurs de téléphone sont, proportionnellement parlant, plus souvent des hommes jeunes. Il peut donc être difficile d'avoir accès à certains publics (en fonction du **genre et de l'âge**).
3. Posséder un téléphone (et être en mesure de le charger) ou non impacte la représentativité des résultats **sur le plan de la vulnérabilité**. Le modèle de téléphone joue également un rôle : entre un téléphone mobile et un smartphone, le profil du détenteur ne sera pas le même.
4. Il existe un biais inhérent aux technologies. Certaines communautés peuvent en avoir une **perception négative** (non confiance, vues comme des outils d'espionnage, etc.). Une sensibilisation accrue en amont est parfois nécessaire.
5. Enfin, en relation avec les points précédents, un autre biais peut apparaître, celui de **l'illettrisme**, certaines alternatives se basant sur des échanges écrits.



Pour aller plus loin (en anglais) :

[COVID-19: How to include marginalized and vulnerable people in risk communication and community engagement](#), Reliefweb

[Countries with lower literacy levels need different COVID-19 communication strategies](#), Translators Without Borders

De plus, adapter sa collecte à ces alternatives implique :



→ De revoir le **contenu des enquêtes** aux nouvelles modalités : questionnaire à raccourcir (15-20 min au téléphone semble un maximum), priorisation et simplification des questions, éventuelles reformulations des questions ouvertes en questions à choix simples ou multiples (pour les SMS ou IVR), impossibilité de collecter certaines données telles que des observations (propreté d'une latrine par exemple) ou les questions trop sensibles pour être posées au téléphone, etc. Il est donc essentiel de réfléchir et prioriser les indicateurs que l'on cherche à analyser *in fine* et revoir le questionnaire en fonction. La phase de **test** de celui-ci est d'autant plus importante.

→ Une autre question technique fondamentale concerne la- ou plus probablement les- **traduction(s)**, à réaliser obligatoirement en amont pour les enquêtes type SMS et IVR au niveau du questionnaire. Il faut également s'assurer que les enquêteurs/administrateurs maîtrisent la langue locale, pour répondre aux remarques éventuelles.

→ Un taux de non-réponse plus élevé est à intégrer lors de la conception du plan d'échantillonnage, car il y aura probablement un taux de non-réponse plus élevé par téléphone (téléphone non chargé, coupure réseau, refus de réponse etc.). Plus généralement, le taux de non-réponse ou de refus est un point important à suivre pour mesurer l'adaptation de la collecte de donnée.

→ Les **ressources humaines** sont aussi à considérer : l'outil de collecte de données implique-t-il de recruter des enquêteurs ? Le processus doit-il être automatisé (logiciel, message vocal) et donc nécessite-t-il des profils spécialisés en gestion de données ? Et dans ce cas, des profils de ce type sont-ils disponibles ? Même si les enquêtes ont lieu par téléphone, il est primordial qu'une **confiance** puisse s'établir entre l'enquêté et l'enquêteur (les critères de genre, éventuellement d'âge, de langue sont primordiaux).



→ Utiliser de **nouveaux outils** implique de réfléchir au budget, qui n'est pas forcément négligeable. Les populations enquêtées possèdent-elles des téléphones ? Faut-il distribuer des téléphones/des cartes SIM ? Comment indemniser les répondants (crédit téléphonique/cartes SIM) ? Quel est la solution technologique la plus appropriée (en fonction de son modèle économique : relativement au crédit téléphonique, du nombre de messages envoyés) ? L'organisation a-t-elle le **budget** pour faire face à ces dépenses ?




Pour aller plus loin (en anglais) :

Guide pour établir le budget p.19 (utilisation des nouvelles technologies pour M&E en environnement volatile - GPPI - en anglais) : [Technologies for monitoring in insecure environments](#).

II.1. Administration par enquêteur

II.1.A. Entretien par téléphone

L'entretien téléphonique est adapté pour des enquêtes préalablement réalisées sur papier ou sur support mobile (Mobile Data Collection - MDC) et où l'automatisation de la gestion des appels n'est pas indispensable (faible volume de personnes à appeler).

Répondants	Organisation
+ Les répondants n'ont pas besoin d'être lettrés	+ La préparation de l'enquête est rapide (il faut prioriser les questions)
+ Les répondants ont simplement besoin d'un téléphone mobile "de base" 	+ Il n'y a pas de changement d'outil (simple passage sur version web)
+ Les répondants n'ont pas besoin d'internet	+ Il n'y a pas de coût supplémentaire (au-delà des forfaits téléphoniques)
+ Les répondants n'ont aucun coût monétaire à supporter	- La collecte de données est longue (un répondant à la fois par enquêteur) auquel s'ajoute la saisie des données
	- La qualité des données peut éventuellement diminuer, notamment si la collecte et la saisie sont différées (enquêteur peu habitué)
	- Attention à la confidentialité (ligne partagée, interception des données, autre personne dans la pièce)

Solutions technologiques : Les mêmes qu'utilisées auparavant, à savoir formulaire papier ou idéalement solution de collecte de données sur mobile telles que :

- [KoBoToolbox](#) : via les web forms (Enketo)
- [SurveyCTO](#) : via l'interface web universelle
- [ONA](#) : via les web forms (Enketo)
- [CommCare](#) : via les WebApps

Recommandations :

Pour des enquêtes relativement courtes, ou avec peu de répondants et particulièrement pour les enquêtes qualitatives. Les enquêtes sont réalisées comme auparavant en MDC, mais via téléphone après adaptation du questionnaire.

À privilégier si vous êtes familiers notamment avec la collecte de données de type MDC, si vous n'avez pas le besoin d'investir dans un logiciel de ITAO/CATI spécifique.

Ne sous-estimez pas le changement de pratique généré par des enquêtes au téléphone, même pour des enquêteurs expérimentés - pensez à bien les former, debriefer au début et vérifier régulièrement la qualité des données collectées.




Checklist d'entretien par téléphone (à télécharger avec une adresse mail - uniquement en anglais - Humanitarian Data solution) : [Checklist Phone Call](#) et exemple de protocole : [Spouse and gender relations phone survey protocol](#).

Recommandations pour effectuer des interviews téléphoniques : [Best practices for conducting phone surveys](#).

II.1.B. ITAO/CATI - interview téléphonique assisté par ordinateur

L'ITAO est adapté pour le passage à l'échelle d'une enquête par téléphone : le logiciel organise automatiquement le calendrier d'appels et de rappels, il exclut les non-répondants (après tant de non réponse, s'il y a des mauvais numéros...) et il rend possible l'enregistrement des appels.

Répondants	Organisation
+ Les répondants n'ont pas besoin d'être lettrés	+ La préparation de l'enquête est rapide (il faut prioriser les questions)
+ Les répondants ont simplement besoin d'un téléphone mobile "de base" (et non un smartphone) 	+ L'adaptation aux outils est plus ou moins rapide (en fonction de la plateforme utilisée)
+ Les répondants n'ont pas besoin d'internet	+ Les données sont de qualité (la collecte et la saisie sont combinées)
+ Les répondants n'ont aucun coût monétaire à supporter	- La collecte de données est longue (un répondant à la fois par enquêteur)
	- Il y a un éventuel coût financier à supporter pour l'acquisition du logiciel spécifique
	- Attention à la confidentialité (ligne partagée, interception des données, autre personne dans la pièce)

Solutions technologiques : Il peut s'agir soit :

- Des même solutions de collecte de données sur mobile tels que le module CATI "starter kit" de SurveyCTO (Computer-Assisted Telephone Interviewing), bien que peu d'entre eux offrent ces solutions,
- De solutions spécifiques dédiées au secteur telles Geopoll,
- De logiciels dédiés aux centres d'appel tels Voxco CATI.

Recommandations :

Pour des enquêtes visant un très grand nombre d'individus avec de nombreux enquêteurs et dont la gestion a besoin d'être automatisée.


À privilégier si vous pouvez vous adapter rapidement (enquête et staff) et prévoyez que des enquêtes futures puissent être réalisées ainsi par la suite (pour que l'investissement soit justifié).

II.2. Auto administration

L'auto administration de questionnaire a deux implications majeures :

- premièrement, l'honnêteté des réponses peut augmenter, et donc la qualité également (car, quand les répondants n'ont pas d'interaction directe avec un enquêteur, ils sont poussés à répondre honnêtement, et adaptent moins leurs réponses à ce que voudrait entendre l'enquêteur) ;
- deuxièmement, la qualité des réponses peut au contraire diminuer (car il n'est pas possible d'interagir ou de vérifier que la personne a compris la question - et donc s'assurer que la réponse est bien "la vraie" et non pas une réponse au hasard).

II.2.A. Enquête par SMS

Répondants	Organisation
+ Les répondants ont simplement besoin d'un téléphone mobile "de base" (et non un smartphone) 	+ La collecte de données est rapide et les données sont récoltées en temps réel
+ Les répondants n'ont pas besoin d'internet	- Il faut un partenaire (voire un agrégateur mobile) pour déployer l'enquête (quasiment pas possible à faire sans expérience ou support spécialisé)
- Les répondants ont besoin d'être lettrés	- La préparation de l'enquête est longue (adaptation du questionnaire) : <ul style="list-style-type: none"> - questions courtes - privilégier les questions fermées à choix simples/multiples - éviter les réponses libres à texte - pas de questionnaire complexe possible - traduction
- Il est possible que les répondants doivent assumer le coût direct du SMS - même si ce coût est potentiellement faible	- Le coût est significatif pour l'organisation si c'est une première
	- Les SMS sont très facilement interceptables (à ne pas utiliser pour des questions très sensibles) mais sont aussi plus discrets qu'un appel (par exemple pour contacter des femmes vulnérables dans un foyer)

Solutions technologiques :

Des solutions open source existent mais elles nécessitent un support technique (payant)

- FrontlineSMS : technologie open source gratuite en version desktop mais version cloud fortement conseillée et payante,
- RapidPro (ancien RapidSMS et TexIt) : solution open source mais nécessitant un hébergement dédié, voir un support technique. Permet la conception de module dédié comme par exemple U-report.

De très nombreuses entreprises spécialisées dans le secteur de la Solidarité proposent également ce type de services :

- Geopoll
- Viamo (anciennement VOTO)
- Echo Mobile
- EngageSpark
- Telerivet - payant à partir de 50 messages par jour et 50 contacts

Enfin, quelques solutions de collecte de données sur mobile proposent des enquêtes par SMS comme un module supplémentaire assez facile à prendre en main (à privilégier si vous utilisez déjà ces solutions):

- ONA intègre par exemple RapidPro (ou How to pass submissions from RapidPro to ONA)
- CommCare permet de créer des enquêtes par SMS

Une comparaison des solutions SMS a été mise à jour en 2019 <http://impacttrackertech.kopernik.info/digital-data-platform/> (Kopernik - Plan international)

Recommandations :


Pour des enquêtes relativement courtes et simples **auprès de nombreuses personnes disposant d'un niveau d'alphabétisation suffisant**. Les enquêtes doivent être adaptées. Il faut réfléchir à l'indemnisation des répondants, soit en remboursement direct (airtime, airbundle), soit par la prise en charge du coût par l'organisation via le prestataire technique (possible dans de nombreux cas). Vous aurez très probablement besoin d'être accompagné pour la mise en place de ce type de système.



Success story : p.23 à 25 (GPPI - EN) : Technologies for monitoring in insecure environments

II.2.B. Enquête par USSD

Les USSD sont des sessions d'échange de messages, en un temps de réponse imparti, défini préalablement par l'opérateur de réseau mobile. Il s'agit du système généralement utilisé pour recharger son crédit sur un téléphone.

Répondants	Organisation
+ Les répondants n'ont pas besoin d'internet	+ La collecte de données est rapide et les données sont récoltées en temps réel
+ Les répondants ont simplement besoin d'un téléphone mobile "de base" (et non un smartphone) 	+ Les messages ne sont pas stockés chez l'utilisateur donc pas de problèmes de confidentialité (adapté pour des enquêtes sur des sujets demandant de la discrétion mais données très peu protégées)
+ Les répondants n'ont aucun coût monétaire à supporter	- La préparation de l'enquête est longue (adaptation du questionnaire) : <ul style="list-style-type: none"> - questions courtes - privilégier les questions fermées à choix simples/multiples - éviter les réponses à texte - pas de questionnaire complexe possible - traduction
- Les répondants ont besoin d'être lettrés	- Il y a un coût élevé (partenariat, réseau, prise en charge du coût du bénéficiaire)

Solutions technologiques :

Les fournisseurs de ces solutions ne sont généralement disponibles que dans certains pays (les solutions suivantes fonctionnent dans de nombreux pays d'Afrique / renseignez-vous).

- inTarget : entreprise partenaire pour déployer des études USSD,
- Echo Mobile : entreprise partenaire pour déployer des études USSD auprès des communautés en Afrique.

Recommandations :

Pour des **enquêtes courtes et simples ou facilement adaptables auprès d'un public alphabétisé**, et si vous avez le budget pour établir un partenariat avec un agrégateur. Le principal atout de cet outil, versus les SMS, est celui du non stockage des messages, ce qui


permet de protéger les réponses sensibles. Vous aurez très probablement besoin d’être accompagné pour ce type de système.

À privilégier si votre enquête est courte/modulable, et si vous avez le financement pour un partenariat avec un agrégateur.



Success stories : uSurvey | UNICEF Uganda ; MomConnect (Afrique du Sud) ; UNDP Climate Information & Early Warning Systems Communications Toolkit.

II.2.C. Enquête par téléphone via le web

Répondants	Organisation
- Les répondants ont besoin d’un smartphone 	+ La collecte de données est rapide et les données sont récoltées en temps réel
- Les répondants ont besoin d’un accès internet	+ La préparation de l’enquête est rapide : il n’y a pas d’adaptation des outils ni du questionnaire
- Les répondants ont un coût monétaire à supporter relativement élevé (internet)	+ Les données sont de qualité (la collecte et saisie sont combinées)
- Les répondants ont besoin d’être lettrés	+ Il n’y a pas de coût supplémentaire
- Les répondants ont besoin d’être familiers avec les enquêtes	

Solutions technologiques :


Les mêmes que pour la MDC, seulement à distance : [KoBoToolbox](#), [SurveyCTO](#), [ONA](#), [CommCare](#) : via les formulaires web envoyées par SMS, email, Whatsapp ou autre moyen de communication.

- Les applications d’enquête type [LimeSurvey](#), [SurveyMonkey](#), [Framaforms](#)...
- [Geopoll - Monitoring and Evaluation Research in Developing Countries](#) : entreprise partenaire pour déployer des études mobile web.

Recommandations :

L’auto administration des questionnaires via un smartphone peut être une solution dans le cas d’**enquêtes ciblées** auprès de groupes déjà formés ou habitués aux questionnaires (travailleurs sociaux ou médicaux par exemple, autorités locales, etc.). **À privilégier pour un groupe de répondants lettrés, familiers des enquêtes, et disposant de smartphones et d’internet (Wifi dans leurs locaux professionnels par exemple).**

II.2.D. Serveur vocal interactif (IVR en anglais)

Répondants	Organisation
+ Les répondants n'ont pas besoin d'être lettrés	+ La collecte de données est rapide
+ Les répondants ont simplement besoin d'un téléphone mobile "de base" (et non un smartphone) 	- Il y a un coût élevé (partenariat, réseau, prise en charge du coût du bénéficiaire)
+ Les répondants n'ont pas besoin d'internet	- La préparation de l'enquête est longue (adaptation du questionnaire) : <ul style="list-style-type: none"> - questions courtes - privilégier les questions fermées de type choix simples/multiples - éviter les réponses à texte - pas de questionnaire complexe possible - traduction - enregistrement des messages
+ Les répondants n'ont aucun coût monétaire à supporter	

Solutions technologiques :

- [RapidPro](#) (ancien RapidSMS et TextIt) solution open source (mais nécessitant un hébergement voire support technique) fait aussi de l'IVR
- [Echo Mobile](#) - entreprise partenaire pour déployer des études IVR auprès des communautés en Afrique.
- Telerivet - [Professional mobile messaging made easy](#)
- EngageSpark - [Send and Receive Automated Call and SMS Text Campaigns](#)
- Viamo - [A global social enterprise improving lives via mobile](#)

Une comparaison des solutions SMS a été mise à jour en 2019 <http://impacttrackertech.kopernik.info/digital-data-platform/> (Kopernik - Plan international)

Recommandations :

Pour des enquêtes courtes et simples ou facilement adaptables, et si vous avez le budget pour établir un partenariat avec un agrégateur. Quand les répondants sont peu habitués à ce genre de conversations "robotisées" il est possible que le taux de non réponse ou d'arrêt de l'enquête soit élevé. Voir par exemple le retour d'expérience du WFP en RDC [Interactive Voice Response mVAM](#). Vous aurez très probablement besoin d'être accompagné pour ce type de système.

À privilégier si votre enquête est courte/modulable, et si vous avez le financement pour un partenariat avec un agrégateur.

Quelques autres conseils techniques :

- a. Autant que possible, **ne pas improviser et bricoler**, surtout en urgence, mais travaillez avec un partenaire expérimenté dans les méthodes de collecte de données à distance (renseignez-vous auprès de vos homologues ou étudiez les solutions proposées ci-dessus).
- b. De nombreux pays ont des **restrictions sur le volume et la fréquence des messages** provenant d'un compte. Certains pays peuvent même exiger une coordination directe avec les ministères et/ou des tiers agréés afin d'envoyer des messages au-delà d'un certain seuil. Pensez à vérifier ce point.

- c. En l'absence de liste de téléphone préétablie et si vous avez besoin de faire une enquête, il est possible établir un **partenariat avec un fournisseur renommé d'échantillons** de numéros de téléphone (pour établir une large base de données, si elle n'est pas déjà existante au sein de l'organisation). Cette méthode présente néanmoins des biais éthiques (pas de consentement à l'utilisation des numéros) et doit être réservé aux enquêtes essentielles.
- d. Pensez à utiliser **des plateformes d'intégration** telles que OpenFN ou Zapier pour vous faciliter l'interopérabilité entre vos différentes solutions technologiques.
- e. Vous pouvez aussi envisager de récolter des photos ou vidéos directement depuis les communautés si celles-ci **disposent de connexion internet**
Voir fiche pratique "Partager une photo (localisée ou non)" dans la boîte à outils : https://mediatheque.agencemicroprojets.org/wp-content/uploads/Etude-NTIC-et-microprojets_BoiteAOutils_web2-1.pdf).

III. Alternatives à distance aux mécanismes de redevabilité

Il est probable que vos mécanismes habituels de redevabilité et d'échanges avec les communautés soient impactés par la crise (avec par exemple une suspension des activités type mobilisation communautaire, helpdesk, boîtes à suggestion, etc.). Et même si vos programmes sont suspendus et/ou si les membres de votre équipe travaillent désormais à distance, il est important de garder des canaux de communication et feedback⁵ (soit pour réaliser un suivi à distance des activités ou, à minima, du contexte et informer les communautés des changements opérés par votre ONG).

III.1. Les alternatives possibles

Les mêmes alternatives (avec globalement les mêmes contraintes et opportunités de déploiement) que celles évoquées ci-dessus s'offrent à vous à savoir :

1. **appels téléphoniques** de vos interlocuteurs habituels (points focaux, autorités locales...) pour prendre ou diffuser des nouvelles,
2. **SMS ou IVR** pour envoyer des informations groupées (par exemple pour donner un numéro de la hotline - cf. ci-dessous) ou établir le dialogue - les plateformes de SMS permettent en effet également pour la plupart d'entre elles également de faire **un suivi individualisé des messages remontés** par les interlocuteurs.



Success stories :

[AlloLaafia : un service de téléphonie mobile pour améliorer la santé maternelle et infantile](#)

[How Frontline gave a voice to marginalized communities in Colombia](#)

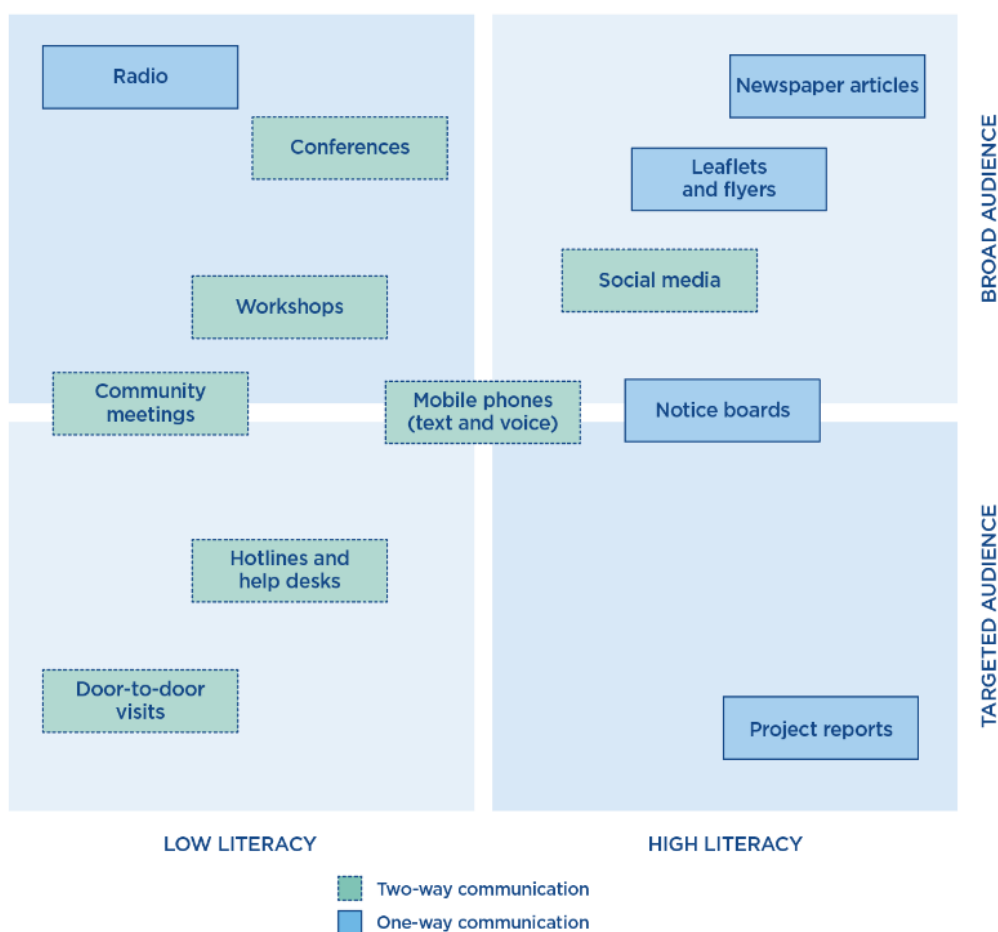
A ces alternatives s'ajoute également la possibilité de :

3. mettre en place (ou développer si existant) une **hotline** via un simple numéro de téléphone permettant aux communautés affectées de vous joindre. Cette hotline peut être mise en place via un interlocuteur unique au sein de votre organisation ou via un mini **"call center"** impliquant plusieurs répondants. SI vous souhaitez mettre en place un numéro gratuit, vous devrez vous rapprocher d'un agrégateur.

⁵ Vous pouvez également voir le post de Humanitarian Data Solution sur des éléments complémentaires sur la dimension de redevabilité <https://www.humanitariandatasolutions.com/accountability/>.

4. si vous êtes dans une zone disposant d'une large connexion internet et que l'usage des **médias sociaux et/ou application de messagerie instantanée** est répandu, vous pouvez utiliser **Facebook** (en créant une page par exemple pour votre projet pour recevoir des messages privés - cf. partie IV), **Whatsapp, Viber**, etc. voir aussi tout simplement une **adresse email** pour recueillir des feedbacks et échanger.
5. d'utiliser des **plateformes permettant de rassembler plusieurs canaux d'alertes** (SMS, médias sociaux, etc.) tels que par Ushahidi.

Le schéma⁶ ci-dessous rappelle les différentes méthodes de communication possibles en fonction du niveau d'alphabétisation et de la taille de votre audience. Gardez en tête que dans la mesure du possible, il est conseillé d'avoir des canaux de communication diversifiés (par exemple SMS et Whatsapp) et- si cela demeure possible- de ne pas dépendre uniquement du téléphone (compte tenu des biais généré par son usage - cf. partie II.2) pour répondre à vos différents publics.



Voir également les outils globaux de communication pour lien avec les communautés p.39 à 47 : [Climate Information & Early Warning Systems Communications Toolkit, UNDP](#).

⁶ MEAL DPro Guide 219 - Humentum http://mealdpro.org/wp-content/uploads/2019/03/MEAL-DPro-03_29_2019.pdf.

III.2. Les bonnes pratiques et leçons apprises

1. Même si vos mécanismes de redevabilité ont pour vocation première la continuité de vos activités, vous vous devez d'inclure dans ceux-ci des éléments **de réponse à l'épidémie** ! La gestion d'une épidémie passe en effet beaucoup par **la gestion collective** de l'information relative à la crise et il n'est éthiquement pas possible de faire l'impasse sur cet aspect.



- a. **Vos équipes et vos protocoles doivent donc inclure** la possibilité de répondre aux questions de vos interlocuteurs sur le sujet du Covid-19, d'informer sur de fausses rumeurs, de référer des cas, etc.



- b. **Vous devez vous assurer d'avoir la capacité de répondre à tout type de retours d'informations, plaintes, questions et demandes, mêmes si celles-ci sont en dehors de votre champ d'intervention.** En effet, les bénéficiaires exprimant un retour ou demandant une information s'attendent à une réponse de la part de l'organisation - sans cette capacité vos interlocuteurs perdront confiance dans votre système. Si vous pensez ne pas avoir la capacité en termes de processus (capacité de référer des situations, etc.) et de ressources de répondre à toutes les demandes (une hotline est assez coûteuse en termes de ressources humaines pour la réception des appels et le suivi des demandes), **il est fortement recommandé de ne PAS mettre en place de hotline ou système similaire.** De plus, si la ligne est trop souvent occupée ou inaccessible, le service ne sera que peu utilisé car perçu comme non fiable.



Pour plus d'informations, se référer au guide ALNAP [Fermer la boucle: Pour un retour d'information efficace dans les contextes humanitaires.](#)



- c. Encore plus qu'en temps normal, dans ce contexte de crise, les hotlines et mécanisme de feedback vont probablement se multiplier et créer de la confusion auprès des communautés. Il est donc primordial de **se coordonner avec l'ensemble** des acteurs présent (Croix Rouge, système d'alerte nationaux, autres ONG...) sur votre zone d'intervention pour essayer d'avoir des méthodes de communication unifiés et limiter le nombre de numéros de hotline, SMS, Whatsapp, etc. Renseignez-vous donc bien sur les systèmes en cours ou prévu avant de créer votre propre canal de communication. La coordination devrait également permettre d'identifier les modes de communication les plus adaptés et les questions que les populations se posent.



- d. Sur la base de l'expérience Ebola⁷, anticipez éventuellement **une utilisation abusive** de vos systèmes de communication (prévoyez dans vos protocoles la possibilité donc de détecter les "faux" appels)

2. Si vous n'avez pas déjà en place de dispositif de type hotline ou SMS il est probable qu'au début de son déploiement, vous receviez que peu de contacts ou des questions inattendues, etc. L'installation de la confiance des communautés envers un nouveau système de communication prend souvent du temps.
3. Un trop grand nombre d'appels ou de SMS aux bénéficiaires de l'aide peut entraîner une certaine lassitude et nuire à l'acceptation des systèmes.


⁷ <https://www.voanews.com/africa/sierra-leone-emergency-call-center-faces-daily-challenges> et <http://www.ictworks.org/2014/10/31/7-key-insights-in-using-ict-to-improve-ebola-response/>.

Posez-vous les bonnes questions !

- a. Existe-t-il des hotlines ayant déjà été utilisées dans la zone ? Quelles sont les leçons apprises ?
- b. Qui, parmi les populations affectées, ont accès à un téléphone ?
- c. Peuvent-ils répondre par écrit (SMS) ? ou juste à l'oral (appel) ?
- d. Y-a-t-il besoin de distribuer des téléphones ? des chargeurs ?
- e. Quelle est la meilleure façon d'atteindre toutes les personnes concernées ?
- f. Où et comment sont stockés les messages ?
- g. Pouvez-vous réellement répondre à chaque demande individuelle ?


Voir p.16 pour plus d'information : [le guide GPPI](#).

IV. Enjeux de protection des données

 Comme de nombreuses crises sanitaires passées, la crise du Covid-19 va poser (et pose d'ores et déjà) de **nombreuses questions quant à la protection des données personnelles et les risques pour les personnes concernées** (notamment de stigmatisation, d'isolement social, de perte d'emploi et indirectement de santé mentale), notamment pour ce qui est des questions des outils de surveillance de masse mis en place par les acteurs (principalement gouvernementaux) et des applications de traçage des personnes contaminées.



Voir le suivi réalisé par Privacy International, pour plus d'informations, <https://privacyinternational.org/examples/tracking-global-response-covid-19> et un retour d'expérience sur l'épidémie Ebola <https://cis-india.org/papers/ebola-a-big-data-disaster>.

 Il est essentiel que malgré l'urgence, les ONG gardent en tête, dans la réorganisation de leurs activités, le principe de base : "Ne pas nuire".

Les alternatives exposées ci-dessus, par rapport à d'autres équivalents numériques probablement déjà en place, posent néanmoins des problématiques plus limitées. Les principaux éléments à prendre en compte :

01. La plupart des solutions évoquées nécessitent de **recourir à des acteurs tiers privés** (à la fois des fournisseurs de solutions mais aussi dans certains cas des opérateurs de réseau de téléphonie voire agrégateur). Le choix de ceux-ci (qui seront vos sous-traitants) devra donc se faire en intégrant leur capacité à répondre à **leur obligations légales** en matière de protection des données (sécurisation suffisante du système, granularité suffisamment fine des droits, localisation des données stockées en adéquation avec les différentes législations nationales auxquelles vous êtes soumis etc.) mais aussi en vérifiant scrupuleusement leur conditions générales (pas de réutilisation possible des données collectées à d'autres fins). N'hésitez pas également à vous renseigner sur la **réputation des sous-contractants** (par exemple pratiques douteuses connues dans le passé etc.). **Les contrats** devront faire l'objet d'une attention particulière et être validés si nécessaire par les services juridiques de votre ONG.



Voir également la note d'OCHA sur les [partenariats privés](#).

02. Il est généralement vivement **déconseillé de partager des informations sensibles** (telles que les données sur les violences domestique, la santé reproductive, l'emplacement de personnes vulnérables, etc.) par téléphone ou SMS. Dans le contexte actuel, il est possible que vous n'ayez pas d'autres solutions que celles mentionnés ci-dessus. Avant de choisir un type de solution, **établissez impérativement (même si celui-ci est très succinct) une analyse d'impact contextuelle (DPIA⁸)** en fonction de la sensibilité des messages qu'il est prévu d'échanger, avant de s'assurer que le **compromis risque généré / plus-value du système est acceptable**.

Dans bien des situations, il pourra être estimé que le risque généré par la collecte de données elle-même est plus élevé (par exemple, que le SMS soit lu par un tiers ayant accès au téléphone ou que la conversation soit entendue) que le besoin d'avoir des données de suivi. Dans d'autres contextes, il pourra être jugé que les SMS, bien que non sécurisés et facilement interceptables, puissent être un moyen de communication adapté car facile d'accès et plus discret pour récolter des données auprès de femmes vulnérables (plutôt que de recourir à l'installation d'applications de messageries chiffrées par exemple). Pensez dans ce cas à fournir des conseils adaptés aux personnes vous contactant (supprimer le SMS si l'information partagée est sensible) et surtout à choisir avec attention l'heure et le jour auquel vous envoyez des SMS aux personnes vulnérables. Assurez-vous également que les téléphones ne soient pas partagés entre membres du même ménage (concernant notamment les données sensibles type violence domestique).

03. L'éventuelle **coordination avec d'autres acteurs** nécessitera probablement, encore plus que d'habitude, le besoin d'**échanger des données** : pensez à vérifier que vous avez le consentement des personnes concernées et à évaluer la plus-value des transferts avant de réaliser le transfert (DPIA cf. ci-dessus). Anticipez également la question des "accords d'échanges de données" entre organisations. Si vous avez besoin de partager des données, dans la mesure du possible, rendez-les anonymes. En aucun cas ne partagez en open data des données personnelles ou sensibles.



Voir par exemple la procédure sur HDX : [Three ways to share data on HDX](#)

04. Les solutions que vous utiliserez généreront automatiquement des quantités de métadonnées (les données liées à l'appel ou envoi du SMS : localisation de la personne, heure de l'appel, etc.). Vous devez être conscient de cet aspect et l'inclure dans votre **analyse de risque** (risque de réutilisation de ces métadonnées par des tiers privés ou gouvernementaux).

05. Comme pour toute collecte, vous devrez **adapter vos protocoles de protection de données**. N'utilisez les appels que si les bénéficiaires ont donné leur consentement préalable (et comprennent les risques à utiliser ce type de moyen) et veillez à inclure la **possibilité de ne plus être contacté**, quel que soit le moyen utilisé ("opt out"). Pensez notamment à adapter vos messages de consentement à vos nouveaux moyens de communication (expliquez clairement qui appelle, ce qui sera fait ou non avec les données, assurez-vous que la personne soit dans un lieu adapté/sécurisé pour avoir la conversation) et appliquez strictement **les principes de minimisation de données**. Par exemple, il est très peu probable qu'enregistrer les conversations lors des entretiens/enquêtes téléphoniques soit pertinent. Pensez également à systématiquement **dé-identifier et agréger** au maximum les données partagées, y compris



⁸ De nombreux formats de DPIA existent : voir par exemple si (votre organisation n'a pas déjà un modèle standard) https://www.unglobalpulse.org/wp-content/uploads/2019/02/Privacy_Assessment_Tool_2019.pdf.

en interne au sein de votre organisation (à défaut de pouvoir totalement les rendre anonymes).

Mettre en place la collecte de données à distance signifiera sans doute de revoir **la gestion des droits et les comptes utilisateurs de vos systèmes** (plus de personnes que d'habitude ayant probablement besoin d'accéder à ceux-ci), de telle façon que seules les personnes ayant besoin d'accéder aux données le puissent.

06. Vous allez probablement vous retrouver très rapidement avec une **grande quantité d'informations** (liste de téléphone, SMS, etc.) pour lesquelles il faudra appliquer des **durées de rétention minimales** (conversations des SMS pendant quelques semaines ou mois maximum, par exemple) et appliquer des **précautions maximales de sécurisation** (limiter les accès, chiffrement, etc.).

07. Expliquez, sensibilisez, formez, expliquez, sensibilisez, formez, expliquez, sensibilisez, formez, (ad vitam æternam) vos équipes aux risques posés par ce type de mécanisme, la raison des mesures mises en œuvre ainsi que la raison des clauses de confidentialité dans leurs contrats. En matière de protection de données, le facteur humain (et le risque d'erreur involontaire) est généralement négligé au profit de la sécurité des systèmes, alors qu'il s'agit bien souvent de la première cause de violation des données (fuite non intentionnelle, etc.).

Quelques ressources complémentaires (en anglais) :

WFP - [Réaliser des enquêtes par téléphone portable de manière responsable](#) (inclus à la marge les aspect IVR, SMS etc.)

Frontline SMS - guides sur l'intégrité des données et leçons apprises de collecte de données sensibles <https://www.frontlinesms.com/impact-of-frontline/guides-tools-and-case-studies/>



GSMA - [GSMA guidelines on the protection of privacy in the use of mobile phone data for responding to the Ebola outbreak](#)

ICRC - [Humanitarian Futures for Messaging Apps](#) (Opportunités et risques des applications de messagerie en contexte humanitaire)

ICRC - [Data protection handbook](https://shop.icrc.org/handbook-on-data-protection-in-humanitarian-action.html) (Chapter 11 on mobile messaging app)

ICRC - [The Humanitarian Metadata Problem - Doing No Harm in the Digital Era](https://privacyinternational.org/report/2509/humanitarian-metadata-problem-doing-no-harm-digital-era)

En guise de conclusion

Enfin, dès que la situation le permettra à nouveau, pensez à **revenir aux modes de collecte de données et de communication plus classiques**, car une sur-utilisation d'outils de communication à *distance* peut facilement générer un sentiment de "confort" et d'acceptation d'une proximité réduite (sentiment erroné de "maîtrise de la situation"...).

Par ailleurs, avant de faire perdurer - éventuellement - les nouvelles méthodes de collecte et d'échanges de données à *distance* mises en place pendant la crise, pensez à bien faire une **évaluation (même rapide) de celles-ci et à un retour d'expérience** avec les équipes pour voir comment les améliorer.