

**Création de la demande pour les produits
de santé infantile, néonatale, maternelle et
reproductive**



**Life
Saving
Commodities**
Improving access,
saving lives

ÉVALUATION NATIONALE DE LA Création DE DEMANDES DE PRODUITS D'URGENCE SOUS-UTILISÉS : CONSEILS ET OUTILS

JUILLET 2014



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



Remerciements

La Collaboration sur les capacités en communication sanitaire (Health Communication Capacity Collaborative - HC3) financée par l'Agence internationale pour le développement (Agency for International Development - USAID) basée au Centre des programmes de communication de l'école Bloomberg de Santé Publique de l'Université Johns Hopkins (the Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health Center for Communication Programs - JHU CCP) tient à remercier Peter Roberts et Joanna Skinner d'avoir réalisé ce guide avec le soutien de Kate McCracken. La HC3 remercie Kathleen Fox, Kim Martin et Katie Kuehn d'avoir participé à la publication et à la mise en page. La HC3 souhaite aussi remercier Zarnaz Fouladi, Hope Hempstone et Stephanie Levy de USAID pour la qualité de leur soutien, de leurs conseils et de leur feedback.

Citation suggérée :

La Collaboration sur les capacités en communication sanitaire (Health Communication Capacity Collaborative - HC3) (novembre 2013). (2014) *Évaluation nationale de la création de demandes de produits d'urgence sous-utilisés : conseils et outils*. Baltimore : Centre des programmes de communication de l'école Bloomberg de Santé Publique de l'Université Johns Hopkins (the Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health Center for Communication Programs - JHU CCP).

La demande pour les activités liées aux produits de santé infantile, néonatale, maternelle et reproductive est générée par le Centre des programmes de communication de l'école Bloomberg de Santé Publique de l'Université Johns Hopkins (the Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health Center for Communication Programs - JHU CCP), avec le soutien du Fonds d'affectation du département de la SINMR et de l'Agence internationale pour le développement (Agency for International Development - USAID) en partenariat avec le sous-groupe de création de la demande la Commission des Nations Unies chargées des produits d'urgence (UNCoLSC), l'équipe de ressource technique en matière de performance et d'accès, notamment l'organisation Population Services International (PSI), le Consortium international pour la contraception d'urgence (ICEC), Jhpiego, et d'autres partenaires.

© 2014, Johns Hopkins University. Tous droits réservés.

Photo de couverture : © 2011 Centre des programmes de communication (Center for Communication Programs), avec l'aimable autorisation de Photoshare

Table des matières

Acronymes	4
À propos de ce Guide	5
But	5
Objectifs visés	5
Méthodologie	5
Durée	6
Éléments obtenus	6
Structure du guide	6
Informateurs majeurs	6
Présentation du processus d'évaluation	6
Diffusion et utilisation des résultats	7
13 produits d'urgence	8
Création de la demande - Présentation	10
Outils et modules de collecte de données	12
Module 1 : Étude documentaire	12
Module 2 : Supports d'entretien pour les informateurs majeurs	16
Module 3 : Réunion nationale des parties concernées	41
Résultats d'évaluation	43
Carte de pointage pour la création de la demande	44
Proposition de présentation du rapport final	46
Exemple de journal des personnes interrogées	47

Acronymes

CCSC	Communication pour le changement social et comportemental
CH	Santé infantile (Child Health)
CIP	Communication interpersonnelle
CSA	Corticoïdes prénataux (Antenatal Corticosteroids)
EDS	Enquêtes démographiques et sanitaires (Demographic and Health Surveys)
EWEC	Every Woman Every Child
HC3	Collaboration sur les capacités en communication sanitaire (Health Communication Capacity Collaborative)
M&E	Suivi et évaluation (Monitoring and Evaluation)
MH	Santé maternelle (Maternal Health)
MoH	Ministère de la Santé
MS	Marketing social
NH	Santé néonatale (Newborn Health)
NU	Nations unies (United Nations)
ONG	Organisation non gouvernementale internationale
ONGI	Organisation non gouvernementale internationale (International Non-Governmental Organization)
SIGS	Systèmes d'informations de gestion sanitaire (Health Management Information Systems)
SINMR	Santé infantile, néonatale, maternelle et reproductive
SR	Santé reproductive (Reproductive Health)
SRO	Sels de réhydratation orale
TIC	Technologie de l'information et de la communication
TWG	Groupe de travail technique (Technical Working Group)
UES	Unité d'éducation sanitaire (Health Education Unit)
UNCoLSC	Commission des Nations Unies chargées des produits d'urgence (UN Commission on Life-Saving Commodities for Women's and Children's Health)
USAID	Agence internationale pour le développement (United States Agency for International Development)

À propos de ce Guide

But

Cet outil est destiné aux partenaires travaillant sur le terrain. Il leur permettra d'analyser en profondeur le contexte de création de la demande concernant les produits considérés comme prioritaires dans chaque pays pour la santé infantile, néonatale, maternelle et reproductive (SINMR). C'est la première étape vers l'instauration de stratégies ou de programmes qualitatifs de création de la demande. Cet outil permet d'examiner les données nationales qui existent en matière de création de la demande de produits prioritaires, d'identifier les principaux secteurs et lacunes qui méritent une analyse plus approfondie et de recommander des améliorations des programmes, ceci afin d'augmenter la demande et l'utilisation des produits d'urgence.

L'évaluation n'a pas pour objectif de faciliter la collecte principale des données de recherche. Lorsque des lacunes sont identifiées dans la compréhension actuelle des moteurs de la demande, une recherche formative doit être réalisée auprès des utilisateurs, tant les prestataires, que les hommes ou les femmes, ainsi qu'auprès des publics influents. La conception du programme cerner ainsi les obstacles à la demande pour chaque produit spécifique.

Cette évaluation peut s'ajouter à l'évaluation plus large (Rapid Landscape Assessment) qui pourrait être menée par le Fonds d'affectation du service de la SINMR, sans cependant en dépendre.

Objectifs visés

- L'évaluation synthétisera les informations spécifiques au pays afin de comprendre :
- L'environnement des systèmes et de la politique à l'origine de la création de la demande dans le secteur de la SINMR
- Les barrières sociales et comportementales, ainsi que les facteurs favorables à l'intégration et à l'utilisation des produits prioritaires
- Les approches et les outils actuellement utilisés dans les programmes de création de la demande
- La capacité nationale à mener à bien des programmes de création de la demande
- Les projets actuels en lien avec la création de la demande du secteur de la SINMR
- Le matériel existant destiné à soutenir les programmes de création de la demande en matière de produits prioritaires

Méthodologie

Propositions de mesures à prendre en vue de l'évaluation :

1. Impliquer le Ministère de la santé (MoH) et identifier les produits prioritaires pour le pays.
2. Adapter les outils de collecte de données au pays.
3. Mener une étude documentaire pour rassembler la documentation existante relative à la demande de produits prioritaires identifiés par le pays et l'introduire dans l'inventaire des documents.
4. Réaliser des entretiens semi-structurés avec les principales parties concernées afin de vérifier les informations contenues dans la documentation existante et d'obtenir les informations éventuellement manquantes.
5. Synthétiser les informations recueillies et identifier les résultats importants.



© 2010 Bonnie Gillespie, avec l'aimable autorisation de Photoshare

6. Organiser un atelier pour les parties concernées à l'échelle nationale, avec notamment les associations professionnelles, les prestataires (établissements, communautés et sociétés privées), ainsi que les chercheurs et praticiens du secteur de la SINMR pour analyser l'information synthétisée et transmettre aux experts un feedback leur permettant de parvenir à un consensus sur les résultats majeurs.
7. Finaliser le rapport d'évaluation.

Durée

Il faut compter environ deux semaines pour rassembler et synthétiser la documentation existante, puis deux semaines supplémentaires pour le processus de vérification par le biais des entretiens avec les informateurs majeurs.

Un atelier de trois jours finalise le processus.

Éléments obtenus

Trois éléments seront obtenus suite à l'atelier :

1. Un jeu complet de modules d'évaluation
2. Le rapport final
3. L'inventaire et la bibliothèque des documents concernés

Structure du guide

Le guide se compose de trois modules facilitant le processus d'évaluation :

1. Étude documentaire
2. Supports d'entretien pour les informateurs majeurs
3. Modèle d'atelier pour les parties concernées

La dernière section du guide fournit une suggestion de présentation du rapport.

Informateurs majeurs

Dans le Module 2, il s'agit d'identifier l'informateur majeur correspondant le mieux à un outil particulier.

Les principales parties concernées sont (liste non exhaustive) :

- Les directeurs et commissaires des services de la SINMR du Ministère de la Santé
- Les responsables des services chargés de la promotion et de l'éducation sanitaire au Ministère de la santé
- Les donateurs et organismes partenaires qui soutiennent/financent les produits
- Les cadres techniques/experts en communication pour le changement social et comportemental (CCSC) travaillant pour les ONG internationales, les ONG locales et autres organismes partenaires
- Les agents d'implémentation au niveau communautaire du secteur de la SINMR ou travaillant sur les programmes spécifiques de CCSC/création de la demande
- Les directeurs/administrateurs de structure sanitaire et les éducateurs sanitaires
- Le personnel clinique et les pharmaciens du secteur privé

Présentation du processus d'évaluation

L'évaluation suit un processus logique. Elle doit commencer par une étude documentaire de l'ensemble des documents disponibles traitant de la création de la demande. Une fois l'étude réalisée, l'étape suivante consiste à avoir des entretiens avec les parties concernées du secteur de la SINMR dans le pays. Cela permet d'obtenir des informations sur le contexte politique et environnemental dans lequel se déroulent les activités générant la demande. Des informations actualisées sont également recueillies et ajoutées aux données obtenues par la recherche documentaire. Elles concernent les déterminants sociaux et individuels générant la demande de produits et l'utilisation actuelle de la programmation de création de la demande, notamment le processus, le matériel et les messages, ainsi que l'évaluation.

L'évaluation examine alors la capacité de l'institution gouvernementale principale chargée de la communication du marketing social (MS) et du changement social et comportemental (CCSC). Il s'agit en général de l'unité du Ministère de la Santé chargée de promouvoir la santé. L'évaluation enregistre un inventaire complet des documents, du matériel, des réunions et des individus impliqués dans le processus.

Elle se termine par un atelier pour les parties concernées, visant à analyser les principaux résultats, parvenir à un consensus sur les conclusions de l'évaluation et identifier les possibilités d'amélioration des plans ou des programmes du pays en matière de création de la demande de produits prioritaires.

Diffusion et utilisation des résultats

Les conclusions de l'évaluation doivent être utilisées pour concevoir les programmes de création de la demande, qu'ils soient nouveaux ou intégrés au programme existant. Ces programmes se basent sur la compréhension des facteurs favorables et défavorables à la demande parmi les prestataires et les clients de produits sous-utilisés. Les lacunes actuelles des moteurs sociaux et comportementaux doivent être utilisées pour identifier les secteurs nécessitant une recherche formative avant de concevoir des campagnes pour générer la demande.
















© 2012 Soledad Moreiras, avec l'aimable autorisation de Photoshare

13 produits d'urgence pour femmes et enfants

En 2010, en lançant la *Stratégie mondiale pour la santé de la femme et de l'enfant* (la Stratégie mondiale) le Secrétaire général de l'Organisation des Nations Unies (ONU) a mis l'accent sur le manque d'accès aux produits d'urgence et son impact sur la santé des femmes et des enfants à travers le monde. La Stratégie mondiale met en demeure la communauté internationale de sauver 16 millions de vies d'ici 2015 en élargissant l'utilisation appropriée et l'accès aux médicaments essentiels, au matériel médical et aux fournitures médicales dont le manque représente la cause de décès évitables pendant la grossesse, l'accouchement et l'enfance. Grâce au mouvement Every Woman Every Child (EWEC), au soutien de la Stratégie mondiale et aux objectifs du Millénaire pour le développement (OMD) 4 et 5, la Commission des Nations Unies chargée des produits d'urgence (UNCoLSC) destinés aux femmes et aux enfants (la Commission) a été créée en 2012 pour catalyser et accélérer la réduction du taux de mortalité des femmes et des enfants. La Commission a identifié 13 produits d'urgence qui sont négligés dans le continuum de soins du secteur de la SINMR qui, avec un plus large accès et une meilleure utilisation, pourraient sauver la vie de plus de six millions¹ de femmes et d'enfants (Figure 1, page 8). Pour plus d'informations sur la Commission, consultez le site <http://www.everywomaneverychild.org/resources/un-commission-on-life-saving-commodities>.

¹Pour les estimations de vies sauvées, voir l'annexe du rapport du commissaire de l'UNCoLSC (http://www.everywomaneverychild.org/images/UN_Commission_Report_September_2012_Final.pdf)

Figure 1 : 13 produits d'urgence

Santé reproductive			
 Préservatif féminin	 Implants contraceptifs	 Contraception d'urgence	
Prévient l'infection par le VIH et les grossesses non souhaitées : Un préservatif féminin est une gaine en polyuréthane de forme cylindrique qui couvre le col de l'utérus, le vagin et les parties génitales externes. Les préservatifs féminins offrent une double protection en empêchant les infections IST, notamment le VIH mais aussi les grossesses non souhaitées.	Prévient les grossesses non souhaitées : Les implants contraceptifs sont des bâtonnets en plastique fins et flexibles placés dans le bras d'une femme libérant une hormone progestative à l'intérieur du corps. Ces contraceptifs sont fiables, très efficaces et se retirent facilement. Il permet d'éviter les grossesses pendant 3 à 5 ans.	Prévient les grossesses non souhaitées : La pilule contraceptive d'urgence (PCU) est le moyen contraceptif le plus largement utilisé dans les pays en voie de développement. Il s'agit d'une dose de 1,5 mg à prendre le plus rapidement possible après un rapport sexuel. Une dose alternative de 0,75mg existe également et est largement répandue.	
Santé maternelle			
 Oxytocine	 Misoprostol	 Sulfate de magnésium	
Hémorragie du postpartum : L'OMS recommande l'oxytocine comme l'utérotonique de choix en matière de prévention et de traitement des hémorragies du postpartum.	Hémorragie du postpartum : Dans les situations où il n'y a pas d'accoucheuse expérimentée et où l'on ne dispose pas d'oxytocine (600 microgrammes par voie orale), l'administration de misoprostol est recommandée	Éclampsie et pré-éclampsie sévère : L'OMS recommande le MgSO4 comme le traitement le plus efficace pour les femmes atteintes d'éclampsie et de pré-éclampsie sévère.	
Santé infantile (Child Health)			
 Amoxicilline	 Sels de réhydratation orale	 Zinc	
Pneumonie : L'amoxicilline est un antibiotique qui permet de traiter la pneumonie chez les enfants âgés de moins de cinq ans. Elle est conditionnée sous blister de dix comprimés dispersibles (CD) sécables de 250 mg.	Diarrhée : Les sels de réhydratation orale (SRO) sont une solution orale de glucose et d'électrolytes visant à prévenir la déshydratation due à la diarrhée. Ils sont conditionnés en sachets de poudre aromatisée à diluer dans 200 ml, 500 ml ou 1 l de liquide.	Diarrhée : La supplémentation en zinc permet de réduire la durée et la sévérité des épisodes diarrhéiques. Le zinc est disponible en comprimés sécables, dispersibles, de saveur masquée de 20 mg ou en solution orale concentrée de 10 mg pour 5 ml.	
Santé néonatale			
 Antibiotiques injectables	 Corticoïdes prénataux (Antenatal Corticosteroids)	 Chlorhexidine	 Réanimation
Prévention de la septicémie néonatale : L'OMS recommande un traitement par benzylpénicilline et gentamicine, sous forme d'injection séparée, comme schéma thérapeutique de première intention pour le traitement de présomption des nouveau-nés présentant un risque d'infection bactérienne.	Prévention du SDR chez le prématuré : Des SAN sont donnés aux femmes à risque d'accouchement prématuré pour éviter le syndrome de détresse respiratoire chez les bébés nés pendant un travail prématuré.	Prévention de l'infection du cordon ombilical : Le digluconate de chlorhexidine est un antiseptique peu coûteux utilisé pour les soins du moignon de cordon ombilical et efficace contre les infections néonatales.	Traitement de l'asphyxie : L'asphyxie à la naissance, ou l'absence de respiration du nouveau-né à la naissance peuvent être traitées avec les appareils de réanimation.

Création de la demande - Présentation

De quoi s'agit-il ?

La création de la demande augmente la sensibilisation et la demande de produits ou services de santé d'un public visé en particulier. Pour ce faire, des techniques de marketing social (MS) et de communication sur le changement social et comportemental (CCSC) sont utilisées. Trois moyens pour générer la demande :

- **Création de nouveaux utilisateurs** : convaincre les membres du public visé d'adopter de nouveaux comportements, produits ou services ;
- **Augmentation de la demande parmi les utilisateurs existants** : convaincre les utilisateurs actuels d'augmenter ou de maintenir la pratique du comportement préconisé et/ou d'augmenter ou de maintenir l'utilisation des produits ou services préconisés ;
- **Gagner du terrain sur les comportements concurrents** (ex., convaincre les accompagnants de se rendre immédiatement dans un service de santé au lieu d'attendre une détérioration ou une aggravation irréversible de l'état de santé), ainsi que sur les produits et services concurrents (ex., convaincre les accompagnants d'utiliser une solution de réhydratation orale (ORS) et du zinc au lieu d'autres médicaments contre la diarrhée).

Avec des programmes de création de la demande bien conçus et bien mis en oeuvre, les pays peuvent augmenter l'utilisation des produits en :

- Créant une demande informée et volontaire en matière de produits de santé et de services ;
- Aidant les prestataires de soins et les clients à interagir de manière efficace ;
- Faisant évoluer les normes culturelles et sociales qui peuvent influencer les comportements collectifs et individuels à intégrer le produit ; et/ou
- Encourageant l'utilisation appropriée des produits aussi bien par les individus que par les prestataires de service.

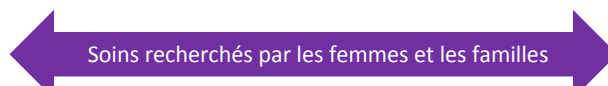
Pour être plus efficaces, les efforts de création de la demande doivent s'accompagner d'efforts pour améliorer la logistique et développer les services, augmenter l'accès aux produits et former et équiper les prestataires afin de répondre à la demande croissante en matière de produits et/ou de services. Sans ces améliorations simultanées, le public visé peut se décourager et la demande diminuer. Il est donc fortement recommandé de coordonner et de collaborer avec les partenaires qui conviennent pour mettre en place des programmes et des stratégies de communication permettant de générer la demande.

Quel est le public concerné par les programmes de création de la demande pour les 13 produits d'urgence ?

Pour réduire la mortalité infantile et maternelle en augmentant la demande et l'utilisation des produits de SINMR, il est indispensable d'avoir la collaboration des ménages, communautés et sociétés y compris les mères,

Figure 2 : Publics concernés par la création de la demande

Pour les prestataires	Prestataire et utilisateur final
<input type="checkbox"/> Oxytocine	<input type="checkbox"/> Préservatifs féminins
<input type="checkbox"/> Sulfate de magnésium	<input type="checkbox"/> Implants
<input type="checkbox"/> Antibiotiques injectables	<input type="checkbox"/> Contraception d'urgence
<input type="checkbox"/> Corticoïdes prénataux	<input type="checkbox"/> Misoprostol
<input type="checkbox"/> Matériel de réanimation	<input type="checkbox"/> Chlorhexidine
<input type="checkbox"/> Amoxicilline	<input type="checkbox"/> SRO
	<input type="checkbox"/> Zinc



les pères et autres membres de la famille, les agents de santé travaillant dans la structure et la communauté, les leaders et les décideurs. Certains produits sont plus particulièrement destinés aux prestataires en termes de demande et d'utilisation. Cependant, tout dépend des soins recherchés par les femmes et les familles.

Définitions et concepts fondamentaux de la création de la demande

Communication pour le changement social et comportemental (CCSC) : La CCSC stimule et facilite le changement de comportement et soutient l'élargissement du changement social afin d'améliorer les résultats sanitaires. La CCSC s'inspire d'une théorie écologique globale qui intègre le changement individuel, ainsi que le changement au sein de la famille, de la communauté, de l'environnement et de la structure. Une approche stratégique de la CCSC permet d'analyser les problèmes selon un processus systématique. Il est ainsi possible de définir les principaux obstacles et facteurs de motivation au changement, puis de concevoir et d'intégrer un ensemble complet d'interventions pour soutenir et encourager les comportements positifs. Une stratégie de communication permet de concevoir les interventions et les campagnes de CCSC en s'assurant que les objectifs de la communication sont définis, que les publics visés sont identifiés et que les messages cohérents sont déterminés pour l'ensemble du matériel et des activités.

Marketing social (MS) : Le MS a pour objectif de développer et d'intégrer des concepts de marketing (produit, prix, lieu et promotion) à d'autres approches pour influencer les comportements présentant un avantage pour les individus aussi bien que pour les communautés, et ceci dans l'intérêt de la société. (http://socialmarketingblogs.com/r_craig_lefebvres_social/2013/10/a-consensus-definition-of-social-marketing.html)

Réseaux et approches :

- **Plaidoyer :** Les processus de plaidoyer interviennent au niveau individuel, social et politique. Ils ont pour objectif de mobiliser les ressources ainsi que l'engagement social et politique afin de réaliser des changements politiques et/ou sociaux. Le plaidoyer vise à créer un environnement permettant d'encourager l'attribution de ressources équitables et de supprimer les obstacles à la mise en œuvre de la politique.
- **Mobilisation communautaire :** La mobilisation communautaire est un processus de développement des capacités grâce auquel les individus, groupes ou organismes peuvent concevoir, réaliser et évaluer les activités sur une base participative et durable. Une mobilisation communautaire réussie permet de résoudre les problèmes au niveau communautaire en augmentant la capacité des communautés à identifier et à répondre avec succès à ses besoins.
- **Éducation par le divertissement (ED) :** L'ED est une stratégie ou un processus de communication reposant sur des données scientifiques. Il s'agit de concevoir et de mettre en œuvre des programmes pédagogiques délibérément ludiques qui retiennent l'attention du public afin d'informer sur un problème social, de favoriser l'ouverture d'esprit, de modifier les normes sociales et de changer les comportements.
- **Technologies de l'information et de la communication (TIC) :** Les TIC font référence aux technologies électroniques et numériques qui favorisent la communication et l'échange interactif de l'information. Les TIC englobent notamment les téléphones portables et les smartphones, les SMS et les médias sociaux comme Facebook et Twitter.
- **Communication interpersonnelle (CIP) :** La CIP se base sur une communication à deux, comme la communication parent-enfant, conseiller-client, la communication entre deux pairs ou avec un responsable communautaire ou religieux.
- **Médias et médias traditionnels :** Les médias touchent les publics via la radio, la télévision et la presse écrite. Les médias traditionnels sont en général intégrés dans la communauté et proposent des spectacles de théâtre, de marionnettes, de musique et de danse. Les campagnes dans les médias qui appliquent les principes d'une conception de campagne réussie et bien réalisée, peuvent avoir un effet significatif sur les comportements, les attitudes, les croyances et les connaissances en matière de santé.

Outils et modules de collecte de données

Module 1 : Étude documentaire

Outil A : Collecte et synthèse de documentation

Objet :

- Collecte et analyse de tous les documents pertinents existants, rapports du gouvernement et de projet d'ONG, articles révisés par des pairs et littérature parallèle répondant à la demande de produits prioritaires. Ceci comprend les politiques, les protocoles, les consignes et les normes de pratique, le matériel de formation et le matériel destiné au client, les efforts en matière de CCSC et MS pour augmenter la demande de produits, ainsi que tous les rapports aussi bien qualitatifs que quantitatifs concernant les résultats comportementaux.

Il est possible que ce matériel, tout particulièrement les politiques, les protocoles et les directives, ait déjà été partiellement recueilli dans le cadre de la demande du Fonds d'affectation du service de la SINMR pour l'évaluation (Rapid Landscape Assessment) (évaluation menée dans certains pays).

- La recherche documentaire doit précéder les séries d'entretiens. Une base de connaissances et d'informations sur les questions de développement peut ainsi être constituée. Elle devrait pouvoir rassembler un maximum de documents listés dans l'outil (localisé dans la section 5). Il est possible d'obtenir plus de documentation au cours de l'entretien.

Questions essentielles de l'étude documentaire :

Déterminants sociaux et comportementaux de la demande

- Une recherche formative a-t-elle été menée parmi les publics principaux pour chaque produit ? Par qui ? Quand ?
- Quels sont les principaux publics concernés par chaque produit prioritaire ?
- Quelles sont les connaissances, attitudes et comportements des publics principaux en lien avec chaque produit prioritaire ?
- Quels sont les principaux obstacles et facteurs favorables à la demande et à l'utilisation ? Considérez chaque niveau du cadre socio-écologique, notamment individuel (connaissance, attitude), interpersonnel (relations familiales, attitudes du prestataire), communautaire (normes, accès aux services) et social et structurel (fourniture, ruptures de stocks, ressources financières).

Activités, interventions et politiques pour générer de la demande

- Quelles sont les politiques qui facilitent ou freinent la demande de produits ?
- Quels sont les produits distribués au niveau de la structure ? Au niveau communautaire ?
- Quels sont les programmes de création de la demande ayant été intégrés pour chaque produit prioritaire ?
- Quels sont les activités/réseaux de communication/médias utilisés (ex., groupe de discussions dans les cliniques, sensibilisation d'une maison à l'autre, événements communautaires, documents imprimés, radio, TV, Internet) ?
- Quels étaient le ou les publics visés ?
- Qui étaient les principaux partenaires ?
- À quel moment et où ces interventions ont-elles été réalisées ?
- À quels déterminants sociaux et comportementaux s'adressaient-elles ? Et ceux qui n'étaient pas concernés ?
- Les programmes/interventions ont-ils été évalués ? Quels ont été les résultats obtenus ?

Suggestion de documents à recueillir :

Documents nécessaires	Sources potentielles	Documents recueillis
Matrice d'évaluation du Fonds d'affectation du service de la SINMR	Fonds d'affectation du service de la SINMR	
Plans stratégiques du secteur de santé au niveau national	Ministère de la Santé	
Directives, protocoles, politiques, feuilles de route, stratégies directement liés avec le service de la SINMR	Service de SINMR du Ministère de la Santé	
Analyses de la situation des problèmes de santé maternelle et infantile : niveau national et local, le cas échéant	Service de la SINMR du Ministère de la Santé ; donateurs, ONG et ONG internationales travaillant dans le secteur de la SINMR ; universitaires	
Dernières enquêtes démographiques et sanitaires (EDS) avec rapports analytiques	Site Web EDS en ligne/Ministère de la Santé	
Directives et outils des systèmes d'information de gestion sanitaire (SIGS) et indicateurs de SINMR nationaux	MoH RMNCH	
Directives nationales de création de demande pour traiter les problèmes de la SINMR	MoH RMNCH	
Ensemble du matériel client provenant de sources privées et publiques	Service de la SINMR du Ministère de la Santé, Unité d'éducation sanitaire (UES), secteur privé, ONG internationales	
Rapports de projet de la SINMR, documents stratégiques, manuels et matériel client, ainsi que documents imprimés, scripts radio et TV, le cas échéant	UES, secteur privé, ONG internationales	
Dossiers créatifs utilisés dans le développement de campagnes de la SINMR par tous les principaux partenaires	ONG internationales, UES, secteur privé	
Rapports d'évaluation et articles évalués par des pairs au sujet des produits spécifiques et du secteur de la SINMR dans le pays	Ministère de la Santé, UES, ONG internationales, secteur privé, PubMed, scholar.google.com, examen des données probantes HC3 sur 13 produits	

Outil B : Test de lisibilité des documents électroniques imprimés pour les clients et les prestataires

Objet :

Évaluer la lisibilité des documents pour les clients et les prestataires. Il s'agit là d'un facteur important et souvent négligé qui permet pourtant au lecteur de mieux comprendre les informations médicales. Il existe un grand nombre d'outils accessibles et faciles à utiliser pour mesurer la lisibilité du texte électronique.

La lisibilité de pratiquement tous les documents destinés aux clients doit correspondre au niveau scolaire 4 à 6. Pour les prestataires, le niveau peut être légèrement supérieur. Aucun document ne doit avoir un niveau de lisibilité supérieur à 8, quel que soit le public visé.

Instructions :

1. Sélectionnez un exemple de documents imprimés pour les prestataires et les clients parmi ceux recueillis au cours de l'évaluation.
2. Effectuez un ou plusieurs tests de lisibilité disponibles ci-dessous.
3. Notez les résultats obtenus pour chaque document dans le tableau fourni.

Tests de lisibilité :

Option 1 : Microsoft Word (si les documents sont disponibles en format Word ou peuvent être rapidement tapés dans Word)

1. Ouvrez le document dans Word (ou copiez le texte dans Word).
2. Cliquez sur « Outils », puis sur « Grammaire et orthographe ».
3. Cliquez sur « Options ».
4. Cochez la case « Afficher les statistiques de lisibilité ».
5. Exécutez l'option « Vérifier la grammaire » sur votre texte. Vous pouvez sélectionner « Ignorer tout » pour accélérer le processus.
6. Une fois terminé, le programme vous donne les résultats.

Le **test de lisibilité de Flesch** présente un pourcentage. Plus ce pourcentage est élevé, plus le texte est facile à comprendre. Un résultat de 0 à 30 indique que le texte est compris par des diplômés d'université. Le **Test de niveau de qualité Flesch-Kincaid** est donné sur une échelle de 1 à 12, la note correspond au niveau scolaire américain requis pour comprendre le texte.

Option 2 : Test en ligne

1. Allez sur le site <http://www.readabilityformulas.com/free-readability-formula-tests.php>.
2. Coupez et collez votre texte dans la fenêtre affichée. Le nombre total de mots doit se situer entre 150 et 600.
3. Une question de sécurité se trouve sous la fenêtre d'insertion du texte : Êtes-vous un être humain ? Cochez Oui.
4. Faites défiler la page vers le bas pour afficher les résultats.

Enregistrez les résultats dans le tableau suivant :

Type de matériel	Test de lisibilité de Flesch	Résultat du test Flesch-Kincaid en fonction de la classe	Test sur site Web gratuit	Commentaires

Module 2 : Supports d'entretien pour les informateurs majeurs

OUTIL C : Guide d'entretien des directeurs et commissaires des services de la SINMR

Objet : Obtenir un aperçu de la politique et de l'environnement favorable dans le pays. Cette information donne le contexte favorable aux programmes de création de demande et peut mettre en lumière un besoin d'interventions structurelles, ainsi que d'interventions de CCSC/MS pour améliorer l'accès aux produits et leur utilisation.

Interlocuteurs concernés :

- Les directeurs et commissaires des services de la SINMR

Présentation : Présentez-vous, ainsi que les autres membres de l'équipe en précisant la profession et le poste occupé. Présentez les objectifs de l'évaluation et décrivez rapidement comment l'entretien avec cet interlocuteur particulier permettra à l'équipe d'atteindre ses objectifs. Globalement, l'évaluation est destinée à analyser les programmes et interventions visant à augmenter la demande de produits d'urgence, notamment [insérez la liste des produits prioritaires].

Date : _____ Lieu de l'entretien : _____

Heure du début de l'entretien : _____ Heure de fin de l'entretien : _____

Information concernant l'interlocuteur :

Nom : _____ Profession/poste : _____

Période d'occupation du poste : _____

A. Contexte en matière de politique et de réglementation

1.	<p>Quelles sont les politiques gouvernementales en place pour répondre aux problèmes liés au secteur de la SINMR ? (ex., politique pour promouvoir la santé au niveau national, cadre stratégique national en faveur de la santé, politiques nationales de SINMR, protocoles internationaux adoptés à l'échelle nationale). Demandez les copies des documents non recueillis pendant l'étude documentaire.</p> <p>Quels sont les délais ?</p>	
2.	<p>Est-ce qu'une de ces politiques comprend spécifiquement un des produits prioritaires ? Veuillez décrire.</p>	
3.	<p>Comment ces politiques facilitent-elles la demande de produits prioritaires ?</p>	
4.	<p>Comment ces politiques freinent-elles la demande de produits prioritaires ?</p>	
5.	<p>Les prestataires ont-ils des directives nationales pour conseiller les produits ? Please describe.</p>	
6.	<p>Quels sont les mécanismes de formation en place expliquant aux prestataires comment mettre en œuvre ces directives ?</p>	
7.	<p>Existe-t-il actuellement des politiques ou des directives développées ou révisées qui sont en lien avec les produits prioritaires ? Please describe.</p>	

B. Partenaires, mécanismes et structures

8.	Quels sont les services du gouvernement qui jouent un rôle dans la création de la demande de produits ?	
9.	Quels sont les autres partenaires nationaux qui jouent un rôle dans la création de la demande de produits ?	

10. Lesquelles sont en place et actives ? Qui sont les membres ? Quels sont leurs mandats ?				
	Active	Non active	Membres/Composition	Tâches spécifiques/Mandats
a.	Groupe de travail technique du service de la SINMR ?			
b.	Comités de coordination à travers les services ?			
c.	Autres (ex., groupes de thème des Nations Unies, groupes de donateurs). Veuillez préciser.			

C. Programmes SINMR

11. Quels sont les programmes de la SINMR actuellement actifs ?						
Quel est le nom du programme ?	Où le programme a-t-il été mis en œuvre ?	Quels sont les produits spécifiquement inclus ?	Quelle est l'approche du programme utilisée (ex., élaboration des lignes directrices, formation du prestataire, services au niveau de la structure, à base communautaire, TIC) ? Please describe.	Le programme comportait-il la création de la demande ? Please describe.	Le programme a-t-il été évalué ? (Demande de rapport.)	Qui étaient les organismes partenaires ?

12. Quels ont été les problèmes et obstacles rencontrés lors de la mise en œuvre de ces programmes ?	
13. Quelle est la cohérence du message pour l'ensemble des projets sur les programmes de la SINMR ?	
14. Les programmes ont-ils été intégrés dans les secteurs de la SINMR ? Please describe.	

OUTIL D : Guide d'entretien des donateurs et organismes partenaires qui soutiennent/financent les produits

Objet : Étudier les politiques, intérêts et actions des acteurs à l'échelle nationale dans le secteur de la SINMR et identifier les programmes générant la demande.

Interlocuteurs concernés :

- Agents techniques SINMR
- Agents techniques CCSC/MS

Présentation : Présentez-vous, ainsi que les autres membres de l'équipe en précisant la profession et le poste occupé. Présentez les objectifs de l'évaluation et décrivez rapidement comment l'entretien avec cet interlocuteur particulier permettra à l'équipe d'atteindre ses objectifs. Globalement, l'évaluation est destinée à analyser les programmes et interventions visant à augmenter la demande de produits d'urgence, notamment [insérez la liste des produits prioritaires].

Date : _____ Lieu de l'entretien : _____

Heure du début de l'entretien : _____ Heure de fin de l'entretien : _____

Information concernant l'interlocuteur :

Nom : _____ Profession/poste : _____

Période d'occupation du poste : _____

A. Agence d'assistance/approvisionnement de produits

	L'agence a-t-elle une stratégie en lien avec... ? Veuillez décrire. (Demande de copie.)	L'agence a-t-elle soutenu une programmation en lien avec... ? Si oui, qu'elle était l'approche (ex., formation, prestation de service, approvisionnement) ?	Quels sont les ressources engagées (passées et prévues) par votre agence en vue de ... ?
Santé maternelle	Oxytocine		
	Misoprostol		
	Sulfate de magnésium		
Santé néonatale	Antibiotiques injectables		
	Corticoïdes prénataux (CSA)		
	Chlorhexidine		
	Matériel de réanimation		
Santé infantile	Amoxicilline		
	Sels de réhydratation orale (SRO)		
	Zinc		
Santé reproductive	Préservatifs féminins		
	Implants contraceptifs		
	Contraception d'urgence		

B. Assistance dans le cadre de la création de demande de produits

	2.	L'agence a-t-elle soutenu les programmes de création de la demande pour...? (Demande d'exemple de matériel/ documentation.)	Qui étaient les partenaires chargés de la mise en œuvre ?	Ces programmes ont-ils été évalués ? (Demande de rapports.)	Quels ont été les problèmes pendant la mise en œuvre et/ou l'évaluation ?	L'agence a-t-elle prévu de soutenir les programmes de création de la demande pour...? Please describe.
Santé maternelle	Oxytocine					
	Misoprostol					
	Sulfate de magnésium					
Santé néonatale	Antibiotiques injectables					
	Corticoïdes prénataux (CSA)					
	Chlorhexidine					
	Matériel de réanimation					
Santé infantile	Amoxicilline					
	Sels de réhydratation orale (SRO)					
	Zinc					
	Préservatifs féminins					
Santé reproductive	Implants contraceptifs					
	Contraception d'urgence					

OUTIL E : Guide d'entretien pour l'unité d'éducation sanitaire (UES) du Ministère de la santé et le service CCSC/MS des ONG et des ONG internationales

Objet : Identifier les interventions permettant de générer la demande de produits prioritaires, notamment tous les messages essentiels, les publics visés, les approches utilisées, etc. Il réunit également les informations concernant le processus utilisé pour concevoir, produire, intégrer et évaluer les interventions permettant de générer la demande en fonction des produits. Les résultats donnent une image claire et détaillée de la nature des interventions, s'il existe des évaluations écrites des interventions ou des campagnes, et de leur impact. Cet outil examine aussi la capacité des ressources humaines.

Interlocuteurs concernés :

- Responsable du service chargé de la promotion et de l'éducation sanitaire
- Éducateurs sanitaires cadres (services SINMR)
- Conseillers CCSC/MS dans les ONG/ONG internationales

Présentation : Présentez-vous, ainsi que les autres membres de l'équipe en précisant la profession et le poste occupé. Présentez les objectifs de l'évaluation et décrivez rapidement comment l'entretien avec cet interlocuteur particulier permettra à l'équipe d'atteindre ses objectifs. Globalement, l'évaluation est destinée à analyser les programmes et interventions visant à augmenter la demande de produits d'urgence, notamment [insérez la liste des produits prioritaires].

Date : _____ Lieu de l'entretien : _____

Heure du début de l'entretien : _____ Heure de fin de l'entretien : _____

Information concernant l'interlocuteur :

Nom : _____ Profession/poste : _____

Période d'occupation du poste : _____

A. Stratégies de communication en matière de produits d'urgence

1. L'organisme/UES a-t-il une stratégie de communication intégrée ou indépendante pour ces produits d'urgence ?		Quel est le contenu essentiel ?	Y a-t-il une stratégie de communication disponible ?	Comment la stratégie est-elle mise en œuvre ?	Quand la stratégie a-t-elle été développée ?
Santé maternelle	Oxytocine				
	Misoprostol				
	Sulfate de magnésium				
Santé néonatale	Antibiotiques injectables				
	Corticoïdes prénataux (CSA)				
	Chlorhexidine				
	Matériel de réanimation				
Santé infantile	Amoxicilline				
	Sels de réhydratation orale (SRO)				
	Zinc				
Santé reproductive	Préservatifs féminins				
	Implants contraceptifs				
	Contraception d'urgence				

B. Interventions de création de demande de produits d'urgence du service de la SINMR

	A	B	C	D	E
2. L'organisme/UES a-t-il développé des campagnes de création de la demande (comme la CCSC ou le MS) en lien avec ces produits ? Quels sont les approches, publics visés et organismes partenaires ? (Demandez le matériel correspondant à la campagne.)					
Quel est le nom de la société ?					
Dans quelle circonscription a-t-elle été mise en œuvre ?					
Quels sont les produits spécifiquement inclus ?					
Quelles sont les approches utilisées (ex., CCSC, MS, prestation de service, communautaire, TIC) ? Veuillez décrire les activités principales.					
Quel était le public visé ?					
La campagne a-t-elle été évaluée ? (Demande de rapport.)					
Qui étaient les organismes partenaires ?					
3. Quels ont été les problèmes et obstacles rencontrés lors de la mise en œuvre de ces campagnes ?					
4. Quelle est la cohérence du message pour l'ensemble des projets sur les programmes de la SINMR ?					

C. Évaluation de la programmation

Pour chaque campagne, notez chacun des éléments suivants sur une échelle de 1 à 5 :

1 = Extrêmement insatisfaisant

2 = Insatisfaisant

3 = Satisfaisant

4 = Bon

5 = Excellent

Opposant de campagne	Critères d'évaluation	Campagne	Campagne	Campagne	Campagne	Campagne
Globalement	Image de marque					
	Logo					
	Message					
	Mesure à prendre					
	Intégration (à d'autres secteurs/zones de santé)					
Radio	Contenu émotionnel					
	Informations factuelles					
	Niveau d'engagement					
	Mécanismes de feedback					
	Réactivité au feedback					
Télévision	Contenu émotionnel					
	Informations factuelles					
	Niveau d'engagement					
	Mécanismes de feedback					
	Réactivité au feedback					
Documents imprimés	Contenu émotionnel					
	Informations factuelles					
	Niveau d'engagement					
	Mécanismes de feedback					
	Réactivité au feedback					
Activités communautaires	Contenu émotionnel					
	Informations factuelles					
	Niveau d'engagement					
	Mécanismes de feedback					
	Réactivité au feedback					
TIC et nouveaux médias	Contenu émotionnel					
	Informations factuelles					
	Niveau d'engagement					
	Mécanismes de feedback					
	Réactivité au feedback					

D. Processus de développement de campagne

5.	L'organisme/UES développe-t-il des plans de travail pour ses programmes de CCSC ? Veuillez décrire. (Demande d'exemples.)	
6.	L'organisme/UES compte-t-il sur les données de recherche pour réaliser la conception des programmes de CCSC ? Veuillez décrire.	
7.	L'organisme/UES a-t-il mené une analyse avant de concevoir les programmes de CCSC ou a-t-il vérifié que les partenaires l'ont fait ? Veuillez décrire le processus type adopté.	
8.	Pour toutes les campagnes mentionnées, existait-il un cadre théorique utilisé pour donner les informations sur la conception et la mise en œuvre ? Veuillez décrire.	
9.	Comment l'organisme/UES développe-t-il le contenu pour les activités de création de la demande, le matériel et les messages ? Décrivez les étapes impliquées.	
10.	L'organisme/UES développe-t-il des plans M&E pour ses programmes de CCSC ? (Demande d'exemple.)	
11.	Quels ont été les problèmes pour l'organisme/UES pendant la mise en œuvre des plans M&E ?	
12.	L'organisme/UES a-t-il évalué l'impact des programmes de création de la demande ? (Demande d'exemple de rapport d'évaluation.)	
13.	L'organisme/UES coordonne-t-il la mise en œuvre des programmes de CCSC auprès des partenaires (ex. services du Ministère de la Santé, ONG internationales, ONG et groupes de la société civile) ? Veuillez décrire.	
14.	Quels ont été les problèmes pour l'organisme/UES pendant la coordination avec les partenaires ?	
15.	Quel est le type de soutien nécessaire pour améliorer la coordination ?	

E. Développement du matériel et message

16. L'organisme/UES a-t-il développé du matériel pour créer la demande de produits ? (Demande de copies et vérification du contenu.)		Y a-t-il eu un pré-test auprès du public visé ?			
	Quels sont les types de matériels utilisés (ex. brochure, affiche, SMS) ?	Année du développement ?	Quels étaient les messages essentiels ?	Quel était le public visé ?	Des experts techniques ont-ils effectué une révision ?
Santé maternelle	Oxytocine				
	Misoprostol				
	Sulfate de magnésium				
Santé néonatale	Antibiotiques injectables				
	Corticoïdes prénataux (CSA)				
	Chlorhexidine				
	Matériel de réanimation				
Santé infantile	Amoxicilline				
	Sels de réhydratation orale (SRO)				
	Zinc				
Santé reproductive	Préservatifs féminins				
	Implants contraceptifs				
	Contraception d'urgence				

F. Capacité des ressources humaines

17.	Veuillez décrire la capacité du personnel de l'organisme/UES à gérer et à mettre en œuvre les programmes de création de la demande.	
18.	Veuillez décrire la capacité du personnel de l'organisme/UES à surveiller et à évaluer les programmes de création de la demande.	
19.	L'organisme/UES a-t-il un programme pour renforcer de manière régulière les compétences du personnel en matière de CCSC/MS ? Veuillez décrire.	
20.	De quand date la dernière formation en CCSC reçue et quel était le point essentiel de cette formation ?	
21.	Sur quel point concernant la capacité, l'organisme/UES doit-il travailler pour améliorer et optimiser la création de demande de ces produits ?	
22.	Quelles sont les sources d'information utilisées par le personnel pour se maintenir au courant des questions de CCSC/MS ? Demandez les sources spécifiques.	
23.	Quels sont les outils Internet et les opportunités d'apprentissage utilisés par le personnel pour définir la capacité dans le programme de CCSC/MS ?	
24.	Quels sont les obstacles rencontrés par le personnel lors de l'utilisation des outils Internet et pendant la formation ?	

OUTIL F : Guide d'entretien des agents d'implémentation au niveau communautaire du service de la SINMR et/ou programmes de création de la demande

Objet : Recueillir les informations existantes sur les niveaux des prestataires et de la communauté en matière de connaissances, d'attitudes et de pratiques en lien avec chaque produit.

Interlocuteurs concernés :

- Agents d'implémentation au niveau communautaire des programmes SINMR
- Agents d'implémentation au niveau communautaire des programmes de CCSC/création de la demande

Présentation : Présentez-vous, ainsi que les autres membres de l'équipe en précisant la profession et le poste occupé. Présentez les objectifs de l'évaluation et décrivez rapidement comment l'entretien avec cet interlocuteur particulier permettra à l'équipe d'atteindre ses objectifs. Globalement, l'évaluation est destinée à analyser les programmes et interventions visant à augmenter la demande de produits d'urgence, notamment [insérez la liste des produits prioritaires].

Date : _____ Lieu de l'entretien : _____

Heure du début de l'entretien : _____ Heure de fin de l'entretien : _____

Information concernant l'interlocuteur :

Nom : _____ Profession/poste : _____

Période d'occupation du poste : _____

A. Stratégies de communication en matière de produits d'urgence

1. Selon les acquis de l'organisme en matière de recherche formative et d'expérience dans le domaine de la SINMR et/ou de programmes de création de la demande, quels sont les comportements, les connaissances au sein de la communauté et les attitudes relatifs à chaque produit applicable ? Quels sont les principaux obstacles de chaque produit ?		Quelles sont les connaissances au sein de la communauté en matière de... ?	Quelles sont les attitudes au sein de la communauté par rapport à ... ?	Quels sont les comportements actuels au sein de la communauté en lien avec ... ?	Quels sont les principaux obstacles identifiés ?
Santé maternelle	Oxytocine				
	Misoprostol				
	Sulfate de magnésium				
Santé néonatale	Antibiotiques injectables				
	Corticoïdes prénataux (CSA)				
	Chlorhexidine				
	Matériel de réanimation				
Santé infantile	Amoxicilline				
	Sels de réhydratation orale (SRO)				
	Zinc				
Santé reproductive	Préservatifs féminins				
	Implants contraceptifs				
	Contraception d'urgence				

B. Comportements actuels, attitudes et connaissances selon chaque produit

2. Selon les acquis de l'organisme en matière de recherche formative et d'expérience dans le domaine de la SINMR et/ou de programmes de création de la demande, quels sont les comportements, les connaissances (cliniques et non-cliniques) et les attitudes du PRESTATAIRE communautaire relativement à chaque produit applicable ? Quels sont les principaux obstacles empêchant le prestataire de promouvoir et d'utiliser chaque produit ?		Quelles sont les connaissances du prestataire en matière de... ?	Quelles sont les attitudes du prestataire par rapport à ... ?	Quels sont les comportements actuels du prestataire en lien avec ... ?	What key barriers were identified?
Santé maternelle	Oxytocine				
	Misoprostol				
	Sulfate de magnésium				
Santé néonatale	Antibiotiques injectables				
	Corticoïdes prénataux (CSA)				
	Chlorhexidine				
	Matériel de réanimation				
Santé infantile	Amoxicilline				
	Sels de réhydratation orale (SRO)				
	Zinc				
Santé reproductive	Préservatifs féminins				
	Implants contraceptifs				
	Contraception d'urgence				

C. Programmation actuelle (messages clés, canaux/média, réussites, défis)

3. En fonction du programme de création de la demande et/ou du programme de SINMR au sein de la communauté proposés par l'organisme, quels sont les messages essentiels et les canaux/médias utilisés pour que les messages touchent les publics visés ? Quels types de réussites l'organisme a-t-il obtenu au cours de ses programmes de création de la demande ou de SINMR ? Quels sont les problèmes rencontrés dans la mise en œuvre, l'utilisation, le contrôle, etc. ?

	Quels sont les messages essentiels de la programmation ?	Quels sont les canaux/médias utilisés ?	Quelles ont été les réussites du programme ?	Quels ont été les problèmes du programme ?
Santé maternelle	Oxytocine			
	Misoprostol			
	Sulfate de magnésium			
Santé néonatale	Antibiotiques injectables			
	Corticoïdes prénataux (CSA)			
	Chlorhexidine			
	Matériel de réanimation			
Santé infantile	Amoxicilline			
	Sels de réhydratation orale (SRO)			
	Zinc			
Santé reproductive	Préservatifs féminins			
	Implants contraceptifs			
	Contraception d'urgence			

D. Supplément - Recommandations et leçons apprises

4. Y a-t-il des recommandations ou des leçons supplémentaires que l'organisme voudrait partager ?

OUTIL G : Guide d'entretien pour le personnel de structure sanitaire

Objet : Étudier les politiques, intérêts et mesures prises par les acteurs à l'échelle nationale dans le service de la SINMR et identifier les programmes de création de la demande.

Interlocuteurs concernés :

- Administrateurs/directeurs de structures
- Éducateurs sanitaires dans les structures

Présentation : Présentez-vous, ainsi que les autres membres de l'équipe en précisant la profession et le poste occupé. Présentez les objectifs de l'évaluation et décrivez rapidement comment l'entretien avec cet interlocuteur particulier permettra à l'équipe d'atteindre ses objectifs. Globalement, l'évaluation est destinée à analyser les programmes et interventions visant à augmenter la demande de produits d'urgence, notamment [insérez la liste des produits prioritaires].

Date : _____ Lieu de l'entretien : _____

Heure du début de l'entretien : _____ Heure de fin de l'entretien : _____

Information concernant l'interlocuteur :

Nom : _____ Profession/poste : _____

Période d'occupation du poste : _____

A. Type de structure

1.	Qui est propriétaire de la structure ? (entourez la réponse.)	Privé	Franchise sociale	Public		
2.	Quel est le niveau de l'unité (ex., hôpital régional, hôpital de district, centre médical, pharmacie, magasin) ?					
3.	Dans quel environnement se trouve la structure ? (Entourez la réponse.)	Urbain	Périurbain	Rural		
4.	Combien de personnes travaillent dans cette structure ? (Entourez la réponse.)	1-5	6-10	11-15	16-20	21+
5.	Parmi les produits suivants, quels sont ceux bénéficiant d'une promotion au sein de la structure ? (Veuillez lire la liste et entourez toutes les réponses correctes.)	Oxytocine Sulfate de magnésium Corticoïdes prénataux (CSA) Chlorhexidine Amoxicilline Zinc	Misoprostol Antibiotiques injectables Matériel de réanimation Sels de réhydratation orale (SRO) Préservatifs féminins			
6.	La structure a-t-elle toujours ces produits en stock suffisant ? Pourquoi ?					
7.	Le personnel de cette structure connaît-il et comprend-il suffisamment ces produits ? Veuillez décrire.					
8.	Quel type de soutien et de formation le personnel a-t-il reçu pour améliorer les connaissances et l'utilisation de ces produits ? Veuillez décrire.					
9.	La structure utilise-t-elle des directives nationales (le cas échéant) pour conseiller les produits ? Veuillez décrire.					
10.	Quels sont les mécanismes en place expliquant aux prestataires comment mettre en œuvre ces directives ?					
11.	Les clients se rendent-ils dans cette structure pour rechercher ces produits ? Si tel est le cas, pourquoi ? Sinon, pour quelle raison ?					

B. Matériel client

12. De quel matériel dispose l'unité sanitaire pour augmenter la demande parmi les clients ? (Demande de copies.)		Quels sont les messages essentiels ?	Ce matériel est-il régulièrement utilisé par le personnel de cette structure ?
	Quels sont les types de matériels utilisés (ex., tableau à feuilles mobiles, livret, affiche, brochure, modèle démo 3D, cartes clients) ?		
Santé maternelle	Oxytocine		
	Misoprostol		
	Sulfate de magnésium		
Santé néonatale	Antibiotiques injectables		
	Corticoïdes prénataux (CSA)		
	Chlorhexidine		
	Matériel de réanimation		
Santé infantile	Amoxicilline		
	Sels de réhydratation orale (SRO)		
	Zinc		
Santé reproductive	Préservatifs féminins		
	Implants contraceptifs		
	Contraception d'urgence		

13. Quel matériel client pourrait être utile mais n'est actuellement pas disponible au sein de la structure ?

C. Évaluation de la disponibilité du matériel

Pour chaque matériel client, notez les critères suivants sur une échelle de 1 à 5. Remplissez une feuille pour chaque produit proposant du matériel.

1 = Extrêmement insatisfaisant

2 = Insatisfaisant

3 = Satisfaisant

4 = Bon

5 = Excellent

Produit : _____

14.		Matériel	Matériel	Matériel	Matériel	Matériel
a.	Clarté des informations					
b.	Utilité/réactivité aux besoins des clients					
c.	Fiabilité					
d.	Étendue des informations et de la gamme des sujets abordés					
e.	Disponibilité					

OUTIL H : Guide d'entretien pour les distributeurs du secteur privé

Objet : Étudier le matériel et les stratégies du secteur privé utilisés pour générer la demande de produits prioritaires.

Interlocuteurs concernés :

- Responsable de marketing dans les sociétés de distribution

Présentation : Présentez-vous, ainsi que les autres membres de l'équipe en précisant la profession et le poste occupé. Présentez les objectifs de l'évaluation et décrivez rapidement comment l'entretien avec cet interlocuteur particulier permettra à l'équipe d'atteindre ses objectifs. Globalement, l'évaluation est destinée à analyser les programmes et interventions visant à augmenter la demande de produits d'urgence, notamment [insérez la liste des produits prioritaires].

Date : _____ Lieu de l'entretien : _____

Heure du début de l'entretien : _____ Heure de fin de l'entretien : _____

Information concernant l'interlocuteur :

Nom : _____ Profession/poste : _____

Période d'occupation du poste : _____

Nom de la société : _____ Secteur de la société : _____

1.	Parmi les produits suivants, quels sont ceux distribués par votre société ? (Veuillez lire la liste et entourez toutes les réponses correctes.)	Oxytocine Misoprostol Sulfate de magnésium Antibiotiques injectables Corticoïdes prénataux (CSA) Chlorhexidine Matériel de réanimation Amoxicilline Sels de réhydratation orale (SRO) Zinc Préservatifs féminins
2.	Quelles sont les raisons pour lesquelles la société ne distribue pas (liste des produits non cités) ?	
3.	Quelles sont les stratégies de marketing utilisées (le cas échéant) pour les produits distribués par la société ?	
4.	Quels sont les principaux problèmes concernant la création de la demande parmi les clients ?	
5.	Quel matériel de marketing la société utilise-t-elle ? (Demande de copies.)	
6.	Quelles sont les méthodes d'éducation du prestataire adoptées par la société (ex., représentant pharmaceutique) ? Veuillez décrire.	

Module 3 : Réunion nationale des parties concernées

OUTIL I : Exemple de lettre d'invitation

Demande croissante de produits d'urgence pour satisfaire les secteurs de santé infantile, néonatale, maternelle et reproductive

Évaluation de la création de la demande à l'échelle nationale : Réunion des parties concernées

[DATE]

Madame, Monsieur _____

[Nom de l'organisme], associé(e) au Ministère de la Santé et [ex. le Groupe technique de santé maternelle et infantile], organise à partir du [date], une réunion des parties concernées à l'échelle nationale. Cette réunion a pour objectif d'évaluer la demande des produits d'urgence dans le secteur de la santé infantile, néonatale, maternelle et reproductive (SINMR).

La Commission des Nations Unies sur les produits d'urgence pour les femmes et les enfants (UNCoLSC) (la Commission) de par son appartenance au mouvement Every Woman Every Child (EWEC) a pu identifier 13 produits d'urgence dans le continuum de soins du service de SINMR qui, s'ils étaient plus largement accessibles et mieux utilisés, pourraient sauver la vie de plus de six millions de femmes et d'enfants. La Commission a identifié la faible demande des produits d'urgence comme un des principaux obstacles à l'accès et à l'utilisation de ces derniers et a demandé une amélioration de la demande et de l'utilisation des services de santé et des produits parmi les populations mal desservies.

[L'Organisme] évalue actuellement les activités de création de la demande et la capacité [du pays] concernant les 13 produits sous-utilisés dans le secteur de la SINMR. La réunion des parties concernées représente l'aboutissement de cette évaluation. Elle vise à analyser et à commenter les résultats, à examiner les implications pour les activités en lien avec la demande dans le plan national [du pays] pour la SINMR, ainsi qu'à introduire de nouveaux outils et ressources qui permettront de soutenir ces activités.

Vous trouverez ci-dessous l'ordre du jour de l'atelier. Vous remarquerez que les deux premiers jours sont principalement consacrés à l'analyse des résultats de l'évaluation de la demande et à la recherche d'une solution permettant d'intégrer les résultats sur les produits d'urgence aux activités de la SINMR présentes dans le pays.

Veuillez noter que l'ordre du jour proposé ici est complet. Nous espérons que vous serez en mesure de participer à toutes les activités de l'atelier. Cet atelier se tiendra à _____.
Veuillez confirmer votre participation et présence à cet atelier.

Nous nous réjouissons de votre présence et de la contribution d'expert que vous allez apporter.

Cordialement,

[Nom]

[Profession]

Outil J : Exemple d'ordre du jour**Demande croissante de produits d'urgence pour satisfaire les secteurs de santé infantile, néonatale, maternelle et reproductive***Évaluation de la création de la demande à l'échelle nationale : Réunion des parties concernées*

[Date] [Lieu]

Jour 1 : [Date]

Heure	Activité	Animateur/ Participant
Session 1 : Ouverture de la réunion		
08:30	Arrivée et inscription	
09:00	Présentations	
09:15	Remarques préliminaires	
09:45	Vue d'ensemble et objectifs de l'atelier	
10:15	<i>Pause café</i>	
Session 2 : Résultats d'évaluation		
10:45	Méthodologie et outils d'évaluation des données	
11:15	Moteurs sociaux et comportementaux de la demande en matière de produits d'urgence	
12:00	Discussion – Questions/Réponses	
13:00	<i>Pause déjeuner</i>	
14:00	Activités de création de la demande dans le secteur de la SINMR et les produits d'urgence	
14:45	Discussion – Q & A	
15:00	<i>Pause café</i>	
15:30	Finalisation de la carte de pointage sur la création de la demande – Travail de groupe	
16:30	Présentations du travail de groupe et discussion plénière	
17:15	Fin de la première journée	

Jour 2 : [Date]

Heure	Activité	Animateur/ Participant
Session 3 : Plan d'activité de création de demande		
09:00	Réflexion sur la première journée	
09:15	Recommandations pour traiter les lacunes identifiées pendant l'évaluation - Travail de groupe	
11:00	<i>Pause café</i>	
11:30	Présentations du travail de groupe	
12:30	<i>Pause déjeuner</i>	
13:30	De quelle façon l'évaluation et les recommandations peuvent-elles permettre d'affiner les activités de création de demande en matière de produits d'urgence et de mise en œuvre des activités de SINMR – Travail de groupe	
14:15	Présentations du travail de groupe	
15:00	Ébauche de plan - Développement - Exercice de groupe	
15:30	<i>Pause café</i>	
16:00	Présentation en groupe de l'ébauche du plan	
16:30	Plan d'action à inclure dans le rapport final	
17:00	Évaluation de l'atelier (Jour 1 et 2)	
17:15	Fin du deuxième jour	

Résultats d'évaluation

Carte de pointage pour la création de la demande

Instructions :

Remplissez chaque case de la carte de pointage avec une couleur, comme indiqué dans l'échelle des performances (haut, moyen, bas) et les obstacles à la demande (haut, moyen, bas), en fonction des résultats de l'évaluation nationale. Le résultat donne une vue d'ensemble rapide permettant d'identifier les secteurs solides et faibles au niveau des demandes globales du pays en matière de produits pour le service de la SINMR.

PERFORMANCE	HAUT MOYEN BAS	Approches GD actuelles		
Environnement favorable pour la CCSC			Le produit est inclus dans la stratégie de communication de la S	Le produit est inclus dans les directives nationales pour conseiller
Approches GD actuelles			Le produit est inclus dans les moeurs sociaux kamp; comportementaux	Le produit est inclus dans les directives nationales pour conseiller
Approches GD actuelles			Interventions GD spécifique au produit conguen cours d'utilisation	Interventions GD spécifique au produit conguen cours d'utilisation
Approches GD actuelles			Les campagnes DG sont basées sur des données probantes et axées sur la théorie	Les campagnes DG sont basées sur des données probantes et axées sur la théorie
Approches GD actuelles			Utilisateurs impliqués dans la conception des interventions CCSC	Utilisateurs impliqués dans la conception des interventions CCSC
Approches GD actuelles			Campagnes GD répondant aux politiques et directives GD du ministère de la santé	Campagnes GD répondant aux politiques et directives GD du ministère de la santé
Approches GD actuelles			Les aides au travail du prestataire existent	Les aides au travail du prestataire existent
Approches GD actuelles			Le matériel client existe	Le matériel client existe
Produits	Conditions traitées			
Santé reproductive				
Préservatif féminin	Grossesse non désirée, VIH/IST			
Implants contraceptifs	Grossesse non désirée			
Contraception d'urgence	Grossesse non désirée			
Santé maternelle				
Oxytocine	Hémorragie du postpartum			
Misoprostol	Hémorragie du postpartum			
Sulfate de magnésium	Éclampsie et pré-éclampsie			
Santé néonatale				
Antibiotiques injectables	Septicémie néonatale			
Corticoides prénaux	SDR du prématuré			
Chlorhexidine	Soins du cordon du nouveau-né			
Appareils de réanimation	Asphyxie du nouveau-né			
Santé infantile (Child Health)				
Seils de réhydratation orale	Diarrhée			
Zinc	Diarrhée			
Amoxicilline	Pneumonie			

CCSC = Communication pour le changement social et comportemental
 GD = Génération de la demande
 MoH = Ministère de la Santé

Produits	Conditions traitées	Connaissances du prestataire en matière de LSC	Moteurs en lien avec le prestataire			Perception du risque et connaissance du produit							
			Connaissances du client en matière de communication/conseil	Conceptions erronées du prestataire au sujet du LSC	Sensibilisation du prestataire au sujet des directives LSC	Adhésion du prestataire au sujet des directives LSC	Les prestataires utilisent les aides au travail	Sévérité perçue au niveau d'un problème de santé	Susceptibilité perçue au niveau d'un problème de santé	Sensibilisation au produit	Efficacité perçue au niveau de LSC	Effets secondaires perçus	Autonomie pour rechercher/utiliser le LSC
OBSTACLES À LA DEMANDE													
HAUT MOYEN BAS													
Santé reproductive													
Préservatif féminin	Grossesse non désirée, VIH/IST												
Implants contraceptifs	Grossesse non désirée												
Contraception d'urgence	Grossesse non désirée												
Santé maternelle													
Oxytocine	Hémorragie du postpartum												
Misoprostol	Hémorragie du postpartum												
Sulfate de magnésium	Éclampsie et pré-éclampsie												
Santé néonatale													
Antibiotiques injectables	Septicémie néonatale												
Corticoïdes préinataux	SDR du prématuré												
Chlorhexidine	Soins du cordon du nouveau-né												
Appareils de réanimation	Asphyxie du nouveau-né												
Santé infantile (Child Health)													
Seis de réhydratation orale	Diarrhée												
Zinc	Diarrhée												
Amoxicilline	Pneumonie												

Proposition de présentation du rapport final

Pages préliminaires

Acronymes

Liste des tableaux et figures

Remerciements

Résumé

1. Présentation

1.1 Antécédents et contexte

1.2 Statut national du secteur de santé infantile, néonatale, maternelle et reproductive (SINMR)

1.3 Contexte politique et juridique pour le secteur de la SINMR

1.4 Produits prioritaires d'urgence identifiés

2. Méthodologie d'évaluation

3. Résultats d'évaluation

3.1 Environnement favorable et rôle du gouvernement dans la promotion des produits médicaux d'urgence

3.2 Partenaires nationaux travaillant sur la création de la demande du secteur de la SINMR

3.3 Moteurs sociaux et comportementaux de la demande concernant les produits d'urgence

3.4 Activités de création de la demande actuelle/passée en lien avec les produits d'urgence

a. Processus de développement

b. Messages et matériel

c. Qualité de programmation

d. Lisibilité des documents

3.5 Lacunes et difficultés de la création de la demande

3.6 Opportunités d'augmenter l'accès et la demande de produits essentiels

4. Évaluation des capacités techniques

4.1 Évaluation de la capacité à planifier la création de la demande

4.2 Capacité en matière d'intégration et d'évaluation

4.3 Lacunes en matière de capacité

5. Conclusions et recommandations

Annexes

Journal des personnes interrogées

Inventaire des documents révisés

Outils d'évaluation

Exemple de journal des personnes interrogées

	Personnes interrogées	Organisme	Fonction	Coordonnées	Date	Enquêteur	Matériel collecté (auprès de chaque personne interrogée, le cas échéant)
Outil A							
Outil B							
Outil C							
Outil D							
Outil E							



Life
Saving
Commodities
Improving access,
saving lives

