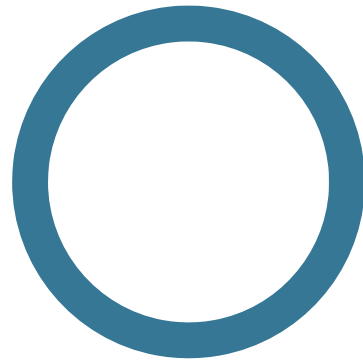


DES ORIENTATIONS POUR L'ANALYSE DE LA SITUATION

pour accompagner le Guide pour
l'élaboration des plans opérationnels
stratégiques



Mann Global Health
HEALTHIER PEOPLE. STRONGER GLOBAL HEALTH ORGANIZATIONS.

Il s'agit d'une version prototype. Veuillez contacter les auteurs pour toute question et pour leur faire part de vos commentaires afin d'améliorer le guide.

Sommaire

03	Remerciements
04	Abréviations
05	Introduction
05	• Que peut faire une analyse de situation pour vous ?
06	• Qui devrait utiliser ce guide et cette boîte à outils ?
06	• Quelle est l'approche et le processus global ?
11	Les étapes
11	1ère étape - Définissez le processus
11	2ème étape – Organisez l'équipe
12	3ème étape - Collecte d'informations
13	• Besoin de santé - A qui le marché doit-il servir ?
14	• Utilisation du préservatif - Pour qui le marché fonctionne/ne fonctionne pas ?
15	• Facteurs d'utilisation, performance des fonctions du marché
15	• Demande
16	• Offre
18	• Coordination du programme
20	• Activités
21	4ème étape – Organiser, synthétiser et rédiger
21	5ème étape - Partage et validation
21	6ème étape - Finalisation et diffusion
23	Liste des parties prenantes à impliquer
24	Annexe B : Mandat du consultant chargé de soutenir le processus



REMERCIEMENTS

Ce guide a été réalisé par Brian Smith, Chris Jones, Nora Miller et Reid Moorsmith à Mann Global Health sous les auspices de la Coalition mondiale pour la prévention du VIH et financé par la Fondation Bill & Melinda Gates. De nombreux membres du Groupe de travail technique mondial sur les préservatifs ont contribué à l'élaboration de ces conseils. Nous tenons à remercier en particulier Clemens Benedikt, Gina Dallabetta, Bidia Deperthes et Henk Van Renterghem pour leur précieuse contribution. Plusieurs éléments de ce travail s'inspirent du Keystone Design Process développé par Population Services International.

À citer : *Mann Global Health : A Guide for Developing Strategic Operational Plans to Achieve Sustainable Increases in Condom Use, 2020 (Un guide pour l'élaboration de plans opérationnels stratégiques pour atteindre des augmentations durables de l'utilisation du préservatif, 2020).*



ABRÉVIATIONS

AGYW	Adolescentes et jeunes femmes
OBC	Organisations basées au sein de la communauté
PON	Plan opérationnel national (PEPFAR)
CPP	Programme de préservatifs
EDS	Enquête démographique et de santé
PC	Population clé
SIGL	Système d'information de gestion logistique
HSB	Hommes ayant des relations sexuelles avec des hommes
NAC	Conseil national de lutte contre le SIDA
ONG	Organisation non gouvernementale
PSAT	Outil d'auto-évaluation du programme
PrEP	Prophylaxie pré-exposition
SR	Santé de la reproduction
IST	Infection sexuellement transmissible
SW	Travailleur du sexe
TMA	Approche du marché total
TOR	Termes de référence
USG	Gouvernement des États-Unis



INTRODUCTION

Une analyse de situation bien développée est un élément clé du processus de création d'un plan opérationnel stratégique solide avec des priorités fondées sur des preuves. Ce guide décrit le processus, les étapes et les outils permettant d'élaborer une analyse de situation pour des programmes complets de distribution de préservatifs.

Que peut faire une analyse de situation pour vous ?

- Elle fournit les données dont vous aurez besoin pour produire un plan opérationnel stratégique
- Décrit l'état actuel de la programmation des préservatifs pour vous aider à formuler un plan pour une utilisation durable et équitable des préservatifs
- Analyse la création de la demande et les activités liées à l'offre.
- Examine l'environnement favorable et les fonctions de coordination du programme, qui comprennent la direction et la coordination du programme de préservatifs, ainsi que les politiques et réglementations pertinentes
- Identifie les facteurs comportementaux (tels que les connaissances, les attitudes et la motivation) et d'autres facteurs (notamment géographiques, économiques et sociaux) qui permettent ou entravent l'utilisation de préservatifs
- Permet d'identifier et de hiérarchiser les interventions qui permettront de lever les principaux obstacles à l'utilisation des préservatifs dans les populations prioritaires
- Informe les donateurs des demandes de financement (par exemple, l'analyse doit inclure les données requises par les principaux donateurs tels que le Fonds mondial)
- Sensibilise et engage les parties prenantes tout au long du processus de planification - tout en suscitant leur adhésion à la mise en œuvre du plan – en faisant participer les parties prenantes tout au long du processus

La planification stratégique répond à trois questions :

1. Où en sommes-nous ?
2. Où voulons-nous aller ?
3. Comment nous y rendre ?

L'analyse de la situation cherche à répondre à la première question : Où sommes-nous maintenant ?



Qui devrait utiliser ces conseils et cette boîte à outils ?

Ces conseils s'adressent aux personnes et aux groupes chargés de développer et de gérer des programmes complets de préservatifs, ainsi qu'aux organisations et aux consultants externes qui soutiennent ces personnes. Il s'agit d'un manuel pratique et concret qui soutient la programmation des préservatifs.

Ce manuel, appelé Guide d'analyse de situation, fait partie d'un ensemble de soutien qui comprend :

- Une introduction à la planification des préservatifs
- Le guide pour le développement de plans opérationnels stratégiques pour parvenir à une augmentation durable de l'utilisation des préservatifs
- DES ORIENTATIONS POUR L'ANALYSE DE LA SITUATION
- Des conseils pour l'élaboration d'un plan de suivi, d'évaluation et d'amélioration du programme



Quelle est l'approche et le processus global pour développer l'analyse de la situation ?

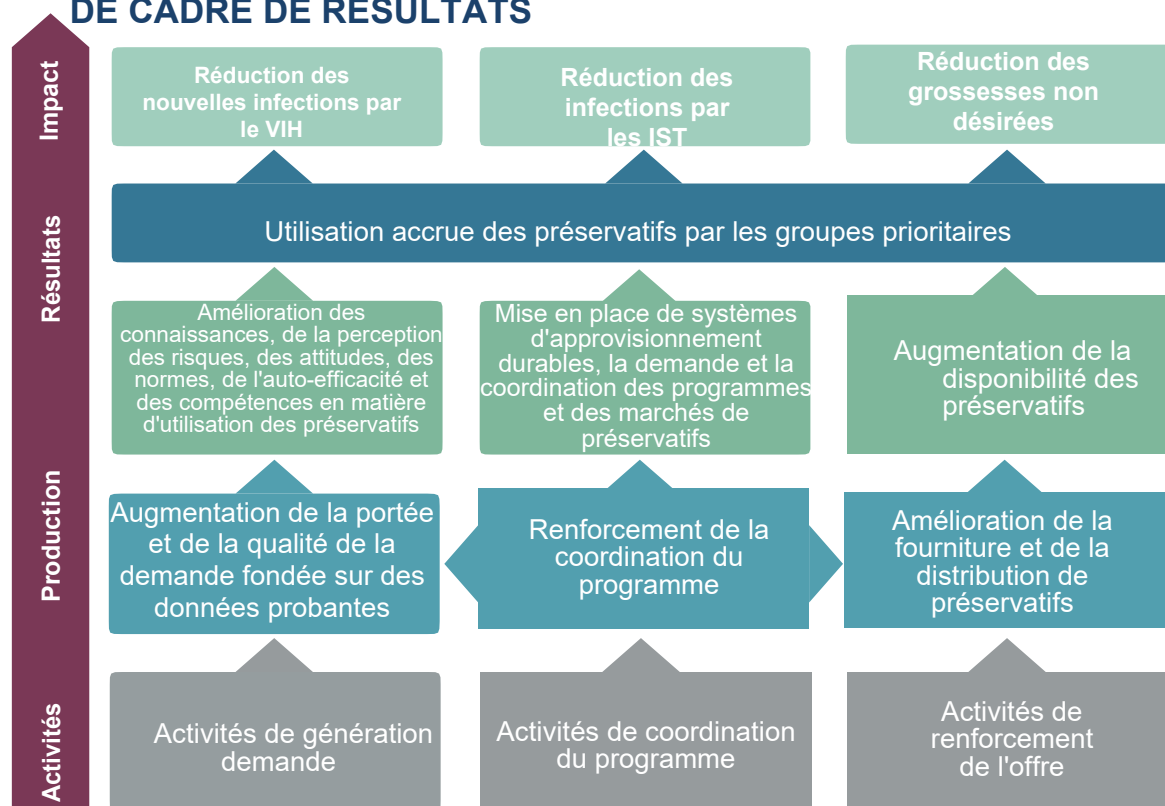
Approche globale et principaux éléments

L'analyse de la situation est un processus d'organisation, d'analyse et de partage des données selon une approche mixte qui comprend : l'examen des études et des rapports de programme disponibles ; des entretiens avec le gouvernement, les parties prenantes et les responsables de la mise en œuvre ; et, si le temps le permet, des visites ciblées sur le terrain. Ce guide vous fournit des outils et des modèles pour la collecte et l'analyse des données - y compris un modèle pour la présentation des résultats.

Afin de faciliter l'élaboration du plan opérationnel stratégique et de ses objectifs, il est recommandé que la collecte de données et la présentation des conclusions soient encadrées à l'aide du modèle de cadre de résultats.



STRATÉGIE NATIONALE EN MATIÈRE DE PRÉSERVATIFS : MODÈLE DE CADRE DE RÉSULTATS



L'utilisation du cadre de résultats vous permettra d'organiser et de présenter les données de manière à identifier les forces et les faiblesses selon un cheminement logique qui montre comment les activités mènent à des résultats, les résultats mènent à des effets et les effets contribuent aux objectifs.

La fiche technique élaborée par la Coalition mondiale pour la prévention du VIH décrit les meilleures pratiques en matière de programmation des préservatifs. Il s'agit d'un document utile à examiner avant de procéder à l'analyse de la situation, et peut aider à montrer comment la collecte d'informations s'inscrit dans une vision des interventions de meilleures pratiques.

<https://hivpreventioncoalition.unaids.org/resources/>

Données collectées à chaque niveau du cadre de résultats

Les objectifs : Comprendre le besoin de santé. Les données recueillies ici portent sur l'épidémiologie, l'incidence et la prévalence du VIH et des IST, ainsi que sur les besoins non satisfaits en matière de planification familiale. Cela permet au programme de se concentrer sur les personnes que le marché total des préservatifs (y compris le public, les ONG, le marketing social et les acteurs commerciaux) doit servir pour avoir le plus d'impact sur la santé.

Résultats de haut niveau : Analyser les tendances en matière d'utilisation des préservatifs. Les données recueillies ici permettent de comprendre dans quelle mesure le marché des préservatifs sert actuellement les populations prioritaires et de déterminer les améliorations à apporter pour atteindre les objectifs et maximiser l'impact sur la santé.

Résultats de niveau inférieur : Identifier les facteurs qui favorisent l'utilisation des préservatifs. Les données recueillies ici se concentrent sur les obstacles à l'utilisation, tant individuels que commerciaux, du point de vue de l'offre et de la demande, ainsi que sur les défis liés à la coordination du programme (par exemple, la coordination et la réglementation qui affectent l'offre et la demande). La performance de chaque secteur du marché (public, ONG, marketing social et commercial) est analysée pour comprendre comment le marché se comporte.

Activités : Dresser un inventaire des interventions actuelles axées sur l'utilisation des préservatifs. Les données recueillies ici permettent de comprendre les tendances de financement et de savoir qui met en œuvre quelles interventions pour quelles populations prioritaires dans quelles zones géographiques, ainsi que d'identifier les forces, les faiblesses et les lacunes de la réponse actuelle.

Considérer les parties prenantes comme des clients

Les parties prenantes doivent tirer du processus quelque chose qui leur facilite et améliore leur travail. Comprenez leurs besoins et obtenez leur adhésion avant de commencer ; il est ainsi plus probable que les données et les analyses produites seront utilisées par eux au-delà du processus de planification - et que leurs activités auront par conséquent un impact plus important.

L'un des principaux avantages pour les partenaires qui contribuent à l'analyse de la situation est la possibilité de comprendre la portée des interventions qui soutiennent directement et indirectement les programmes de distribution de préservatifs. Par exemple, le marketing social ou les organisations qui se concentrent sur le secteur privé peuvent ajouter de la valeur à une nouvelle distribution de suivi du SIMT pour les organisations communautaires par rapport aux fonds publics. Des travaux complémentaires et des possibilités de synergies apparaissent souvent, qui permettent aux partenaires d'étendre la portée ou l'efficacité de leurs projets, ou d'améliorer leurs propres capacités organisationnelles.

Qui devez-vous inclure dans le processus ?

L'élaboration d'une analyse de la situation est une occasion de susciter l'adhésion et le soutien des parties prenantes au plan opérationnel stratégique et aux activités qui découlent du processus de planification. L'implication des principales parties prenantes du secteur public, des ONG, du marketing social et du secteur commercial dans la collecte de données vous permettra d'obtenir de multiples perspectives sur "la situation actuelle", de sorte que les preuves et l'analyse représentent équitablement la totalité de la situation. Soyez aussi inclusif que possible des différentes parties prenantes, en les tenant informées des progrès réalisés, tout en progressant efficacement vers le rapport final. Envisagez d'inclure un groupe plus important dans vos communications sur le processus ainsi que de recueillir des données auprès d'eux, mais utilisez un groupe restreint pour examiner et valider les résultats. Reportez-vous à l'**annexe A** pour obtenir une liste des parties prenantes potentielles à inclure.

Combien de temps faut-il pour élaborer l'analyse de la situation ?

L'élaboration de l'analyse de la situation peut prendre un à deux mois, en fonction de la disponibilité des données, des informateurs clés, du financement et du soutien technique. D'autres facteurs peuvent influencer votre approche de l'analyse de la situation, notamment les attentes du gouvernement et des donateurs, et l'objectif du plan (est-il plus important d'informer une proposition au Fonds mondial ou une réévaluation plus approfondie du programme de préservatifs ?) Il est possible d'effectuer l'analyse plus rapidement, mais un processus plus court peut ne pas laisser suffisamment de temps pour une analyse plus approfondie - en particulier le travail qui permet d'obtenir un consensus et l'adhésion au plan éventuel. Le calendrier sera réaliste s'il se concentre sur la collecte d'informations dans des limites précises : il s'agit de recueillir ce qui est susceptible d'être utile pour identifier les priorités en vue d'améliorer la programmation des préservatifs et d'élaborer le plan.

Conseils pour la collecte de données

Commencez par ce que vous savez. Profitez de l'expérience des experts nationaux pour identifier à l'avance les aspects difficiles de la coordination des programmes, de la création de la demande ou de l'offre afin de concentrer les efforts dès le début du processus.

Remettez en question les hypothèses qui peuvent être fondées sur des expériences passées qui ne reflètent plus la réalité actuelle. De nouvelles perspectives apporteront de nouveaux éclairages pour créer la voie à suivre.

Axer la collecte de données sur ce qui est nécessaire pour fixer les priorités dans le cadre du plan. Par exemple, vous pouvez choisir de vous plonger plus profondément dans les éléments orientés vers les utilisateurs, comme la demande, si l'on sait que ces lacunes existent dans le programme. De même, les données historiques sur les performances des systèmes de distribution du secteur public peuvent ne pas être pertinentes s'il y a eu des changements récents dans les systèmes ; et les données ventilées sur une petite zone géographique peuvent ne pas être utiles si le programme de préservatifs n'est pas capable de cibler les activités à ce niveau.

Apportez un état d'esprit curieux à votre analyse. Cherchez à identifier des "indices" qui vous aideront à comprendre où l'utilisation des préservatifs est en retard et pourquoi. Chaque marché est unique et il faudra creuser pour comprendre l'"histoire" qui se cache derrière les données et pour élaborer des hypothèses sur ce qui va augmenter l'utilisation des préservatifs. Par exemple, une analyse plus approfondie du secteur commercial peut être pertinente dans un pays où la volonté et la capacité de payer sont élevées et où le financement des donateurs est en baisse.

Évitez l'instinct de combler toutes les lacunes des données. Il n'est généralement pas recommandé de produire de nouvelles données quantitatives ou des données qualitatives originales provenant des publics cibles. Les lacunes de données identifiées peuvent être incluses dans le plan de suivi, d'évaluation et d'amélioration des performances du plan d'opération stratégique.

N'acceptez pas de réponses faciles. Recherchez des informations qui vous permettront de savoir ce qui fonctionne ou non dans le programme actuel. Par exemple, un groupe de travail sur les préservatifs peut exister et se réunir périodiquement, mais cela ne signifie pas qu'il est efficace pour gérer le programme ; demandez des exemples de la valeur ajoutée par le groupe.

Quel est le lien entre l'analyse de la situation et l'outil d'auto-évaluation du programme ?

En 2019, la Coalition mondiale pour la prévention du VIH a commandé l'élaboration d'un outil d'auto-évaluation des programmes de préservatifs (PSAT) afin de fournir une méthode conviviale permettant aux pays d'évaluer les performances de leurs programmes nationaux par rapport aux meilleures pratiques mondiales. La Coalition recommande que les programmes complètent le PSAT périodiquement pour suivre les progrès de haut niveau des programmes complets de distribution de préservatifs.

Bien que le PSAT ne fournisse pas la profondeur d'information nécessaire pour développer un plan opérationnel stratégique, en effectuant une analyse complète de la situation, vous collecterez toutes les données nécessaires pour compléter le PSAT. En outre, les tableaux récapitulatifs inclus dans l'analyse de la situation fournissent un moyen supplémentaire de présenter les résultats de haut niveau de l'analyse de la situation et de structurer la discussion au cours de votre atelier de planification stratégique.

L'outil peut être trouvé ici :

<https://hivpreventioncoalition.unaids.org/resource/hiv-prevention-self-assessment-tool-psat/>

Étapes de l'analyse de la situation

Programmes complets de préservatifs

1ère étape

DEFINIR LE PROCESSUS

Établissez un calendrier efficace pour la production, le contrôle et la diffusion de l'analyse
Fixez des points de contrôle avec des partenaires clés pour la recherche d'un consensus

2ème étape

ORGANIZER L'ÉQUIPE

Identifiez une personne ou une équipe pour mener l'analyse et un groupe central pour guider
Recherchez une expérience en matière de marketing, de changement de comportement et de chaînes d'approvisionnement

3ème étape

INFORMATIONS

Où le besoin de santé est-il plus important ?
Où l'utilisation des préservatifs est-elle la plus tardive ?
Quels sont les principaux obstacles à l'utilisation des préservatifs et à un marché

4ème étape

ANALYSER, SYNTHÉTISER, RÉDIGER

Mettez en évidence les données et ajoutez des informations relatives aux principales contraintes
Préparez une ébauche de l'analyse

5ème étape

PARTAGER ET VALIDER

Faites circuler le projet au groupe central et aux informateurs clés pour commentaires et corrections
Organisez un atelier de diffusion avec parties prenantes

6ème étape

FINALISER ET DIFFUSER

Intégrez les commentaires dans le rapport final
Matériels d'emballage à utiliser dans l'atelier de planification stratégique et comme référence pour les parties prenantes



LES ÉTAPES



1ère étape - Définissez le processus

En premier lieu, décidez du temps dont vous disposez pour effectuer l'analyse. La qualité de l'analyse dépendra en partie du temps que vous pourrez y consacrer - mais il y a des moments où le processus doit être accéléré pour respecter les délais. Le calendrier d'élaboration de l'analyse de la situation doit s'inscrire dans le processus plus large d'élaboration du plan opérationnel stratégique. Le calendrier de l'analyse de la situation doit être établi de manière à inclure le partage avec les parties prenantes et les autres examinateurs dans le cadre du processus d'examen et de recherche de consensus.

Il faut également tenir compte du temps nécessaire pour trouver une personne ou une équipe appropriée pour effectuer l'analyse (même si l'équipe est formée de personnes et de membres du gouvernement qui sont en charge de la distribution des préservatifs, car ils devront libérer du temps pour le travail).

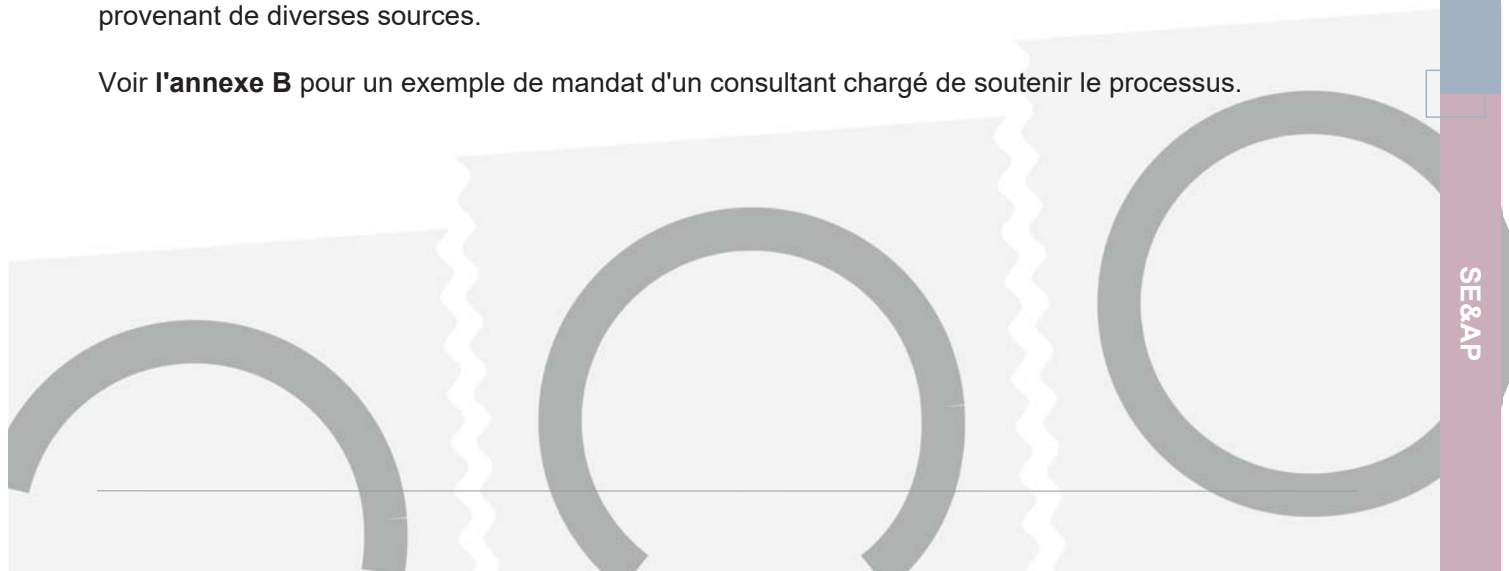


2ème étape – Organisez l'équipe

Désignez une personne ou une équipe pour mener l'analyse, ainsi qu'une personne chargée de diriger le processus. Bien qu'il soit possible pour les membres du groupe de travail technique national sur les préservatifs de mener l'analyse, il est probable qu'un soutien spécifique sera nécessaire. De nombreux programmes confient une grande partie du travail à un consultant indépendant connaissant bien le programme national sur les préservatifs, mais d'autres options sont possibles : le personnel du Conseil national de lutte contre le SIDA ou du ministère de la santé, un membre du personnel du FNUAP ou de l'ONUSIDA, le personnel d'une organisation de mise en œuvre - soit une agence de lutte contre le VIH/SIDA ou de santé reproductive - ou une combinaison de ces deux options.

La réalisation de l'analyse de la situation requiert des compétences dans un certain nombre de domaines. Idéalement, la personne ou l'équipe doit être familiarisée avec la programmation des préservatifs et/ou d'autres interventions de santé génésique qui comprennent des éléments liés aux produits, et doit apporter une expérience en marketing et/ou en interventions visant à modifier les comportements. L'équipe doit être expérimentée dans l'analyse de données qualitatives et quantitatives provenant de diverses sources.

Voir l'**annexe B** pour un exemple de mandat d'un consultant chargé de soutenir le processus.





3ème étape - Collecte d'informations

Comme indiqué plus haut, ce guide d'analyse de la situation est encadré par le modèle de cadre de résultats. En suivant cet exemple, les données peuvent être organisées comme suit :

- Besoin de santé
- Tendances en matière d'utilisation des préservatifs
- Facteurs qui influencent l'utilisation des préservatifs
- Activités et interventions visant à influencer l'utilisation des préservatifs

Bien que les données doivent être analysées en suivant cette structure, la collecte de données ne sera pas séquentielle ; les individus fourniront probablement des indications sur les différentes sections de votre analyse. Cependant l'utilisation de ce cadre peut vous aider à alimenter votre analyse et à mieux comprendre le programme de distribution de préservatifs.

Pour chaque section de l'analyse, ce guide fournit un résumé des raisons pour lesquelles les informations sont nécessaires, des questions stratégiques auxquelles répondre, des sources de données possibles pour répondre à ces questions et des liens vers des ressources pour la collecte, l'analyse et la synthèse des informations. Commencez chaque section en dressant une liste des informateurs clés et des sources de données potentielles pour votre pays.

Niveaux de preuve - Jusqu'à quel point devrions-nous être stricts ?

L'analyse de la situation repose sur des preuves et exige de la rigueur. Cependant, c'est aussi un exercice pratique utilisé pour la prise de décision et il y a un danger à viser un niveau de preuve trop élevé, comme s'il s'agissait d'une recherche savante destinée à être publiée. Parfois, des preuves imparfaites - des données partielles provenant des rapports de projet et des observations de la mise en œuvre du programme - peuvent être utiles pour éclairer les décisions. Mais évitez de prendre des décisions sur la base de vos intuitions et de vos suppositions. Population Services International a élaboré des lignes directrices pour la prise en compte des données dans la planification du marketing, résumées et adaptées ci-dessous :

Données validées

Ce que l'on sait. Basé sur des sources de données multiples, rigoureuses et validées de l'extérieur. Il s'agit d'une référence absolue, mais elle n'est souvent pas disponible ou récente.

Bonnes données

Ce que je sais. Basé sur de multiples sources crédibles. La combinaison de points de données (même si elles ne sont pas statistiquement comparables, comme les enquêtes ou les rapports utilisant différentes méthodes d'échantillonnage) peut être très utile à ce niveau.

Quelques données

Ce que je pense. Basé sur des données partielles, mais contenant des lacunes importantes. Les données des projets entrent souvent dans cette catégorie. Plus utiles si elles sont soutenues par d'autres sources.

Expérience personnelle

Ce que j'ai vu. Sur la base de l'expérience de mise en œuvre et/ou de l'expérience individuelle. Une grande partie des informations fournies par les experts nationaux seront ici - c'est utile, mais demandez-vous si elles sont basées sur une expérience récente ou si elles sont étayées par d'autres données.

Sentiment instinctif

Ce que je crois Basé sur des idées reçues ou des hypothèses non fondées. Cela vaut souvent la peine d'être partagé, mais méfiez-vous des préjugés involontaires.

Présumer

Peut-être, mais qui sait ? En fonction de ce qui pourrait ou non être vrai. En général, pas si utile.

Besoin de santé - À qui le marché doit-il servir ?

Le premier niveau de la collecte de preuves pour l'analyse de la situation est de comprendre les besoins sanitaires auxquels l'utilisation accrue du préservatif peut répondre, c'est-à-dire les populations qui doivent améliorer ou maintenir l'utilisation du préservatif pour réduire le nombre de nouvelles infections et de grossesses non désirées. Dans une approche basée sur le marché, on parle souvent de comprendre à qui le marché doit servir.

Afin d'éclairer les décisions de ciblage dans le plan opérationnel stratégique, il convient de prendre en compte le risque dans tous les segments de la population, notamment l'âge, le sexe, la préférence du partenaire, la géographie, la richesse et l'éducation, ainsi que les comportements au sein des segments de population qui sont à l'origine du risque et de l'incidence (par exemple, les rapports sexuels rémunérés ou avec des partenaires non réguliers, etc.) Comme pour toutes les sections de l'analyse de la situation, ne ventilez les données qu'aux niveaux que les programmes peuvent cibler de manière réaliste ou auxquels des décisions peuvent être prises.

Veillez à analyser les besoins en matière de santé dans le contexte du VIH, des IST et de la planification familiale. Il est important de comprendre comment les IST sont liées à l'infection par le VIH (par exemple, les données sur les IST peuvent être un indicateur avancé du risque de VIH dans certaines populations comme l'AGYW) ; considérez également que les IST représentent un risque pour la santé qui doit être analysé indépendamment du VIH.

DES QUESTIONS SUR LA SANTÉ	• SOURCES DE DONNÉES
<ul style="list-style-type: none">• Qui est le plus exposé au risque d'infection par le VIH <p>STI ? Où l'incidence et la prévalence du VIH et des IST sont-elles les plus élevées ? Y a-t-il des zones géographiques particulières ou des groupes ou comportements qui contribuent au plus grand nombre de nouvelles infections ? Comment la situation a-t-elle évolué au cours des 5 à 10 dernières années ? Qu'est-ce qui n'a pas suffisamment changé ? Où se trouve la plus grande possibilité d'avoir un impact durable sur la santé ? Y a-t-il des groupes qui atteignent des niveaux élevés de suppression de la charge virale du VIH ?</p> <ul style="list-style-type: none">• Comment le traitement du VIH, la suppression de la charge virale et la progression vers les objectifs 90-90-90 en général ont-ils un impact sur les personnes à risque ? L'extension de la PrEP a-t-elle un impact sur les personnes à risque pour le VIH dans certaines populations ou zones géographiques ? Comment ?• Quelles zones géographiques ou quels groupes ont montré la plus grande préférence pour les préservatifs comme méthode de planification familiale ? Comment cette situation a-t-elle évolué au fil du temps ?	<p>Rapports MOH</p> <p>Enquêtes démographiques et de santé</p> <p>(https://www.statcompiler.com/) BUTS et modélisation SPECTRUM</p> <p>Études des modes de transmission</p> <p>Évaluation de l'impact du VIH sur la population (PHIA) https://phia-data.icap.columbia.edu/</p> <p>Enquêtes PMA https://www.pma2020.org/survey-topics</p> <p>FP 2020 https://www.familyplanning2020.org/measurement-hub</p> <p>Statistiques des Nations unies sur la contraception https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/famille/ContraceptiveUseByMethodDataBooklet2019.pdf</p> <p>Autres enquêtes comportementales ciblées</p> <p>Analyse des donateurs, par exemple, données incluses dans la documentation de l'USG COP</p> <p>Les documents suivants citent souvent des sources de données secondaires fournissant un point de départ pour identifier les données primaires :</p> <ul style="list-style-type: none">• Plans nationaux pour le VIH, les IST et la PF• ONUSIDA https://www.unaids.org/en/topic/data• http://aidsinfo.unaids.org/ <p>Les entretiens avec les informateurs clés fournissent des données qualitatives qui donnent un contexte aux données quantitatives.</p>

Utilisation du préservatif - Pour qui le marché fonctionne/ne fonctionne pas ?

Le deuxième niveau de la collecte et de l'analyse des données consiste à comprendre les tendances actuelles de l'utilisation des préservatifs afin de pouvoir comparer l'utilisation aux besoins, d'identifier les domaines dans lesquels les programmes doivent être améliorés et d'éclairer les choix stratégiques quant à l'affectation des ressources. Cette étape est également importante pour identifier les populations prioritaires, et conduit à des priorités stratégiques dans la phase de conception du processus de planification.

Il est important d'examiner l'utilisation du préservatif au sein des populations spécifiques et les facteurs de risque identifiés à la 1ère étape (et leurs partenaires - par exemple, les partenaires non réguliers, l'utilisation de SW avec les clients, les partenaires de confiance ou le mélange des âges entre les jeunes femmes et les hommes plus âgés - qui peuvent tous varier de manière significative). Les priorités apparaîtront lorsque les écarts entre l'utilisation existante et le besoin total seront examinés par rapport aux facteurs d'incidence du VIH et des IST.

À ce niveau, vous devez utiliser l'outil d'estimation des besoins en préservatifs pour estimer les besoins en préservatifs sur la base de l'utilisation actuelle et des changements d'utilisation prévus. Cet outil a été développé conjointement par l'UNFPA et l'ONUSIDA pour soutenir les pays dans leurs efforts de conception et de mise en œuvre de programmes de préservatifs solides, complets et centrés sur les personnes afin de prévenir le VIH, les autres IST et les grossesses non désirées. Il aide les pays et les communautés à estimer leurs besoins totaux en matière de préservatifs et le coût des produits de base pour une période de 3 à 5 ans. Il permet également d'estimer les besoins en matière de préservatifs féminins, de préservatifs spécialisés et de lubrifiants.

Calculer l'utilisation et le besoin

L'outil d'estimation des besoins en préservatifs vous permet d'estimer le nombre de préservatifs actuellement utilisés dans votre pays ainsi que les besoins prévus en matière de préservatifs.

Le nombre de préservatifs utilisés est calculé sur la base des rapports d'utilisation de préservatifs et de la fréquence estimée des rapports sexuels dans les principaux segments de population (tels que les travailleurs du sexe ou les couples discordants). Le total peut être augmenté pour tenir compte du gaspillage.

Le nombre de préservatifs nécessaires est basé sur vos projections concernant l'évolution de l'utilisation des préservatifs dans le temps dans chacune des populations clés.

Une erreur à éviter est de supposer que vous aurez besoin de suffisamment de préservatifs pour protéger immédiatement tous les actes sexuels à risque. Bien qu'il s'agisse d'un objectif ambitieux, il faut du temps pour augmenter l'utilisation des préservatifs, de là où elle se trouve actuellement à là où vous voulez qu'elle soit.

QUESTIONS SUR L'UTILISATION DES PRÉSERVATIFS

- Quel est le niveau actuel d'utilisation des préservatifs ? L'utilisation diminue-t-elle ou augmente-t-elle, et au sein de quelles populations ? Comment l'utilisation se compare-t-elle à celle des autres pays de la région ? (Cela peut fournir un cadre de référence pour savoir si vous vous en sortez bien ou non - et si une tendance équivaut à un changement rapide ou lent). L'utilisation des préservatifs est-elle équitable entre les différents segments de la population ?
- Où se trouve la plus grande possibilité d'avoir un impact durable sur la santé en augmentant l'utilisation des préservatifs ?
- Quel est le besoin total de préservatifs ? Le besoin total augmente-t-il ? Quelle est l'ampleur de l'écart entre l'utilisation et le besoin ? L'utilisation augmente-t-elle en pourcentage des besoins ? Quels sont les segments de la population qui sont à l'origine des besoins en matière de préservatifs ? Quels sont les segments de population où l'écart entre l'utilisation et le besoin est le plus important ? Comment l'utilisation et le besoin se situent-ils par rapport à la PF et au VIH/IST ?

SOURCES DE DONNÉES

DHS <https://www.statcompiler.com>

Enquêtes sur les indicateurs du SIDA (AIS)
Enquêtes biocomportementales (BBS) pour les populations clés

Enquêtes PMA <https://www.pma2020.org/survey-topics>

Enquêtes PHIA, pour la population générale par l'Université de Columbia

Autres enquêtes (généralement infranationales) menées dans le cadre de projets.

Outil d'estimation des besoins en préservatifs
<https://hivpreventioncoalition.unaids.org/resource/condom-needs-and-resource-requirement-estimation-tool/>

Entretiens avec des informateurs clés du gouvernement

Facteurs d'utilisation, performance des fonctions du marché

Ensuite, nous devons comprendre les obstacles qui freinent l'utilisation des préservatifs dans les différentes populations prioritaires. Là encore, il est utile de suivre la structure du cadre de résultats et d'organiser les obstacles dans les catégories de la demande, de l'offre et de la coordination des programmes. Les sous-sections suivantes suivent cette catégorisation.

Demande

Les facteurs liés à la demande concernent les connaissances, les croyances, la motivation et la capacité d'utiliser des préservatifs, souvent appelés "barrières comportementales" (par opposition aux barrières liées à l'offre qui sont généralement hors du contrôle d'un individu).

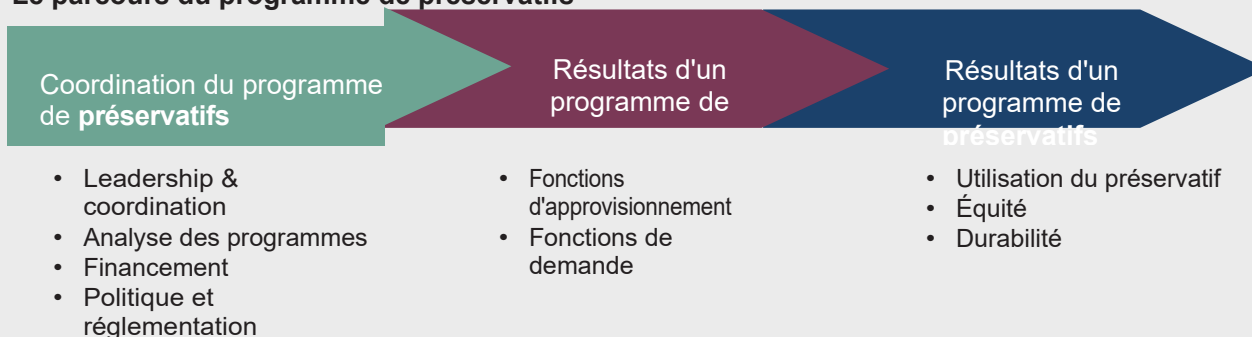
Il existe généralement peu de données représentatives au niveau national sur les facteurs comportementaux qui incitent à l'utilisation des préservatifs. Si l'enquête démographique et de santé comprend des données sur la connaissance du VIH et les endroits où l'on peut trouver des préservatifs, les données sur les autres facteurs sont limitées. Il est probable que vous deviez vous appuyer sur des données recueillies dans le cadre de projets spécifiques au niveau infranational ou auprès de populations spécifiques et les utiliser pour élaborer une hypothèse sur les facteurs d'utilisation. L'objectif à ce stade est de commencer à comprendre les besoins, les motivations et les influences des populations prioritaires, ainsi que la manière dont ces facteurs affectent le comportement.

Les données comportementales les plus utiles permettent de comparer les utilisateurs et les non-utilisateurs de préservatifs en fonction d'une série de facteurs, afin de mettre l'accent sur les différences qui sont en corrélation avec l'utilisation accrue des préservatifs. Par exemple, vous pouvez constater que les utilisateurs et les non-utilisateurs ont des connaissances similaires sur le mode de transmission du VIH, ce qui suggère que l'amélioration de ce facteur n'est pas susceptible d'augmenter l'utilisation du préservatif. D'autre part, vous constaterez peut-être que les utilisateurs réguliers de préservatifs se considèrent comme plus exposés au risque d'infection par le VIH que les non-utilisateurs ; dans ce cas, une perception accrue du risque est susceptible d'entraîner une augmentation de l'utilisation des préservatifs.

Quelles que soient les lacunes des données, cette analyse garantit que les besoins des populations prioritaires restent au centre de l'analyse.

MGH a développé le "Condom Program Pathway" (CPP : parcours du programme du préservatif) comme cadre pour comprendre la performance des marchés du préservatif.

Le parcours du programme de préservatifs



MGH a développé le "Condom Program Pathway" (CPP : parcours du programme du préservatif) comme cadre pour comprendre la performance des marchés du préservatif. Le CPP s'est inspiré de concepts de développement de marché qui ont été appliqués à d'autres marchés de la santé et à d'autres marchés non liés à la santé pour identifier les fonctions clés pour que les marchés de préservatifs "sains" et performants puissent offrir des niveaux élevés et durables d'utilisation des préservatifs tout en réduisant la dépendance vis-à-vis des subventions des donateurs.

Le CPP fonctionne comme une théorie du changement similaire au cadre de résultats : les investissements dans le renforcement des fonctions de coordination des programmes conduisent à des fonctions d'offre et de demande plus performantes qui assurent des niveaux élevés d'utilisation des préservatifs, l'équité et la durabilité. La coordination des programmes est un concept plus récent qui fait référence à une partie clé de l'approche du marché total (TMA), et il est important pour chaque programme national de préservatifs d'augmenter l'utilisation des préservatifs de manière durable. La coordination des programmes comprend l'appropriation, la supervision et, en fin de compte, la responsabilité du gouvernement pour atteindre les buts et objectifs d'un programme national de préservatifs. Pour en savoir plus sur le programme de préservatifs, cliquez sur le lien suivant : https://mannglobalhealth.com/wp-content/uploads/2017/11/MGH_Condom-Landscaping-Report_Final_091117.pdf

QUESTIONS SUR LA DEMANDE

- Quels sont les facteurs comportementaux associés à l'utilisation du préservatif pour chaque population prioritaire ? Recherchez des données sur la connaissance de la transmission du VIH, la connaissance d'une source de préservatifs et la confiance dans l'acquisition de préservatifs, la perception du risque, la capacité à négocier l'utilisation de préservatifs avec les partenaires, etc.
- Que savons-nous de ces facteurs comportementaux dans chacun de nos groupes prioritaires ? En quoi diffèrent-ils d'un groupe prioritaire à l'autre ?
- Quelles sont les perceptions des utilisateurs et des non-utilisateurs des préservatifs disponibles sur le marché (public, marketing social, commercial) ? Ont-ils une préférence pour un certain type de préservatif ? Quelle est leur volonté de payer pour les préservatifs ?

SOURCES DE DONNÉES

Enquêtes DHS pour la population générale
<https://www.statcompiler.com>

Enquêtes PHIA, pour la population générale par l'Université de Columbia

Enquêtes

biocomportementales (BBS)

Enquêtes TraC par l'ISP

Autres enquêtes ou études qualitatives (généralement infranationales) sur les projets

Entretiens d'informations clés et analyse documentaire (bien que ces entretiens / recherches ne fournissent pas de données quantitatives, ils permettent de replacer les données dans leur contexte et d'aider dans l'identification des sources de données pour éclairer l'analyse)

Pour des exemples de données collectées et analysées, voir la section sur la demande dans la base de données sur l'analyse de la situation

L'offre

Du côté de l'offre, nous voulons comprendre si le nombre de préservatifs dans le pays et les systèmes de distribution sont adéquats pour répondre aux besoins des utilisateurs et à la demande croissante.

Il est important de considérer l'accès aux préservatifs du point de vue des populations prioritaires. Par exemple, une forte distribution par le secteur public peut entraîner une disponibilité dans les cliniques publiques, qui ne sont pas susceptibles de répondre aux besoins des travailleurs du sexe ou des HSH.

Lorsque l'on analyse l'offre dans le contexte du "marché total", il est important de reconnaître les forces et faiblesses relatives des différents fournisseurs afin de tirer parti des différents canaux de distribution pour atteindre différentes populations. Votre analyse doit chercher à comprendre chacun d'entre eux dans le contexte actuel, ce qui permettra ensuite d'identifier les opportunités dans la phase de conception de la planification stratégique.

Par exemple :

- Les spécialistes du marketing social et les acteurs commerciaux peuvent utiliser les pharmacies et les magasins de médicaments pour s'assurer que les préservatifs sont disponibles quand et où les hommes ayant des partenaires non réguliers en ont besoin.
- Le secteur public peut utiliser les cliniques de santé maternelle pour répondre aux besoins de planification familiale des hommes et des femmes mariés plus pauvres et vivant en milieu rural.
- La société civile peut recourir à des actions de sensibilisation ciblées, menées par des pairs, pour atteindre les travailleurs du sexe ou les HSH.

Les préservatifs dans le secteur commercial

Le secteur commercial est en train de devenir un acteur de plus en plus important sur la plupart des marchés du préservatif. Les acteurs commerciaux disposent du potentiel d'apporter une contribution substantielle à la satisfaction des besoins de populations spécifiques, et sont essentiels pour soutenir une transition vers des marchés de préservatifs durables et sains qui réduisent leur dépendance vis-à-vis des financements étrangers pour subventionner les préservatifs.

Bien qu'il puisse être difficile d'estimer la contribution (volumes, nombre de marques, accès) et le rôle du secteur commercial, l'engagement proactif des acteurs commerciaux peut vous aider à comprendre l'opportunité de construire un marché du préservatif sain et durable.

Les organisations de marketing social peuvent également apporter des éclairages complémentaires pour comprendre le rôle actuel des acteurs commerciaux.



QUESTIONS SUR L'OFFRE

- Où les utilisateurs se procurent-ils leurs préservatifs ? Considérez les rôles relatifs des préservatifs gratuits du secteur public, des préservatifs subventionnés commercialisés par la société et des préservatifs à prix commercial.
- Combien de préservatifs chaque secteur distribue-t-il et quelle a été la tendance au cours des 3 à 5 dernières années ? Quels sont les secteurs en croissance et ceux en contraction sur cette période ? Quels sont les moteurs de ces changements ? Quelles sont les causes des perturbations au cours de cette période ?
- Quel est le pourcentage de points de vente (points de distribution de préservatifs) dans chaque filière qui disposent de préservatifs ? Quelle est la fréquence des ruptures de stock ? Quelles sont les raisons de ces ruptures de stock ? Les préservatifs sont-ils disponibles quand et où les utilisateurs les souhaitent ?
- Quelles sont les étapes de la chaîne de distribution dans chaque secteur, de l'importation à l'utilisateur ? Où se produisent les obstacles ? Quels autres acteurs du marché pourraient être impliqués dans la chaîne de distribution ?
- Quelles sont les lacunes dans la distribution du « dernier kilomètre » ? Inclure la distribution après l'installation (par exemple, distribution par les pairs à l'extérieur des cliniques, ventilée par population cible), la distribution dans des points de vente non traditionnels (bars, pensions) ou dans des zones difficiles à atteindre (zones à besoins élevés et à accès insuffisant).
- Combien de marques sont disponibles dans le secteur du marketing commercial et social, dans quels volumes, par type de points de vente et à quels prix ?
- Quelles sont les contributions des principaux donateurs et des autres sources de financement ? Quels sont les engagements pour les années à venir ?
- Dans quelle mesure l'approvisionnement en préservatifs dépend-il des donateurs, compte tenu de la force ou de la faiblesse du secteur commercial ? Quel est le potentiel de chaque secteur pour devenir plus durable tout en développant une utilisation équitable des préservatifs ?

SOURCES DE DONNÉES

LMIS du ministère de la santé, département de la chaîne d'approvisionnement, magasins médicaux centraux ou dossiers de la NAC

Base de données du FNUAP sur les envois de préservatifs payés par les donateurs : <https://www.unfpaproquement.org/rhi-home>

Les ONG impliquées dans la distribution communautaire

Les registres des ventes et les enquêtes de distribution de l'organisation de marketing social

Audits de détail si disponibles

Sélectionner les données sur les acteurs commerciaux (utiles pour estimer les volumes, les marques). Des données sur les importations peuvent être disponibles auprès du gouvernement pour les marques commerciales.

Observations du marché

Statistiques de marketing social du DKT (qui présentent des données pays par pays remontant à plus de dix ans) <https://www.dktinternational.org/contraceptive-social-marketing-statistics/>

Les entretiens avec des informateurs clés sont essentiels pour valider les données communiquées, découvrir d'autres sources de données et mieux comprendre le fonctionnement des canaux de distribution

Pour des exemples de données collectées et analysées, voir la section sur l'offre dans la base de données sur l'analyse de la situation

• Coordination du programme

La coordination des programmes fait référence aux fonctions exercées par le gouvernement avec le soutien des parties prenantes pour garantir un environnement favorable à la programmation des préservatifs et pour s'assurer que les interventions sont coordonnées et orientées vers des objectifs communs. La coordination du programme est une partie clé d'une TMA, et est un élément nécessaire de tout programme national de préservatifs pour en augmenter l'utilisation de manière durable. Le rôle de coordination consiste à collecter et à analyser des données pour mieux comprendre l'ensemble du marché :

- Engager les secteurs et les acteurs à coordonner leurs efforts
- Contrôler et réglementer la qualité des produits
- Soutien à la prévision des produits de base
- Diriger l'élaboration de la stratégie
- Suivre les progrès des indicateurs TMA vers un marché durable et sain

Composantes de la coordination du programme

- Leadership & Coordination
- Analyse des programmes
- Financement
- Politique et réglementation

engager les secteurs et les acteurs à coordonner leurs efforts ; surveiller et réglementer la qualité des produits de base ; soutenir les prévisions relatives aux produits de base ; diriger l'élaboration de la stratégie ; et suivre les progrès réalisés en fonction des indicateurs TMA en vue d'un marché durable et sain. Les investissements dans le renforcement des fonctions de gérance conduisent à des fonctions d'offre et de demande plus performantes qui permettent d'atteindre des niveaux élevés d'utilisation des préservatifs, d'équité et de durabilité.

La compréhension des défis et des opportunités en matière de coordination des programmes repose en grande partie sur les entretiens avec des informateurs clés du gouvernement et d'autres parties prenantes. Comme indiqué dans le guide séparé des entretiens avec les informateurs clés, il est important de sonder les informateurs pour connaître l'efficacité des activités de gérance. Par exemple, si les informateurs peuvent confirmer l'existence d'organes de coordination, il est essentiel de comprendre si ces organes fonctionnent efficacement et s'ils apportent une valeur ajoutée constante aux programmes de distribution de préservatifs (et, si ce n'est pas le cas, pourquoi).

QUESTIONS SUR LA COORDINATION DU PROGRAMME

- Existe-t-il une stratégie nationale en matière de préservatifs qui comprend des activités prioritaires basées sur les données disponibles ? La stratégie en matière de préservatifs est-elle activement utilisée ? Y a-t-il suffisamment de fonds pour le soutenir ? La stratégie intègre-t-elle une approche de "triple protection" (c'est-à-dire qu'elle s'étend aux programmes de lutte contre le VIH, les IST et la PF) ?
- Existe-t-il une stratégie de TMA clairement articulée qui comprend une vision pour un marché sain ? Est-elle utilisée à des fins de coordination ?
 - Existe-t-il des mécanismes de coordination efficaces pour aligner les exécutants et les bailleurs de fonds sur des objectifs communs et pour gérer activement ces objectifs ?
 - Des organismes gouvernementaux et des personnes spécifiques sont-ils responsables de la programmation des préservatifs ? Disposent-ils de ressources (temps et argent) pour remplir leur rôle ? Quelle est la force de leur capacité ?
 - Existe-t-il un environnement réglementaire favorable à la programmation des préservatifs ? Les préservatifs figurent-ils sur la liste des médicaments essentiels ? Quels sont les systèmes de contrôle de la qualité ? Quelles sont les taxes et les droits de douane applicables aux préservatifs (TVA, droits d'importation) ? Les parties prenantes savent-elles comment naviguer dans le système réglementaire ? Où se situent les obstacles dans l'environnement réglementaire ?
 - Existe-t-il des restrictions sur la publicité (par exemple, les moments où les préservatifs ne peuvent pas être annoncés), sur les interventions dans des milieux spécifiques (écoles primaires) ou sur la distribution à des populations spécifiques (par exemple, universités ou écoles) ?
 - Existe-t-il un solide programme d'analyse des programmes qui recueille, analyse et diffuse régulièrement des données à toutes les parties prenantes pour permettre un suivi et une amélioration continus ?
 - Quel est le rôle de la subvention (financement) dans la mise en œuvre des programmes de distribution de préservatifs et comment ce rôle évolue-t-il ?

SOURCES DE DONNÉES

Les entretiens avec des informateurs clés constituent une approche utile à cet égard.

Pour les entretiens avec des informateurs clés du gouvernement, est utile d'examiner à l'avance les documents clés (par exemple, les plans nationaux, les rapports, le mandat des organes de coordination, les politiques pertinentes).

Commencer les entretiens avec les informateurs clés avec des personnes ciblées (identifiées lors du processus de planification de l'analyse de la situation) qui apportent une connaissance et une compréhension complètes des programmes de préservatifs. Les entretiens ultérieurs peuvent ajouter plus de profondeur, mais vous constaterez probablement que quelques entretiens ciblés au début peuvent fournir la plupart des informations nécessaires pour soutenir votre analyse.

Pour des exemples de données collectées et analysées, veuillez vous référer à la section Coordination du programme dans la section Analyse de la situation.

Activités : Qui fait quoi, où sont les lacunes, qu'est-ce qui a fonctionné ?

Il est essentiel de comprendre l'état actuel des interventions en matière de préservatifs pour concevoir les interventions futures. Nous devons le savoir : Qu'est-ce qui a été efficace ? Qu'est-ce qui n'a pas fonctionné ? Existe-t-il des interventions actuelles qui pourraient être étendues ou utilisées pour atteindre les populations prioritaires d'une manière différente ? Y a-t-il des interventions qui ont réussi dans le passé mais qui ont été interrompues ? Quelles sont les lacunes dans la couverture des populations prioritaires ? Considérez les interventions menées par le gouvernement, les responsables de la mise en œuvre tels que les spécialistes du marketing social et les ONG, les programmes visant les populations clés et le secteur commercial.

Il est également essentiel de comprendre les plans actuels et futurs des donateurs pour financer les programmes de distribution de préservatifs (produits dérivés et activités de création de la demande) afin d'identifier les lacunes. L'analyse doit prendre en compte

a) les principaux objectifs b) les calendriers et les niveaux de financement, c) les engagements en matière de produits de base et d) les populations prioritaires.

Là encore, il est important de tester. Si un programme de SW peut exister, par exemple, il peut manquer de couverture, de cohérence ou de fréquence de diffusion. A-t-il été évalué ? Les messages sont-ils basés sur des informations et des facteurs de comportement prioritaires, et sont-ils contrôlés ?

QUESTIONS	SOURCES DE DONNÉES
<p>Interventions</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quelles sont les populations prioritaires actuellement touchées par les interventions et dans quelles zones géographiques ? Quel pourcentage de la population prioritaire est touché et avec quelle intensité (à quelle fréquence) ? Prenez en compte les interventions relatives au VIH, aux IST et à la PF. • Quelle est la nature des interventions (par exemple, marketing social, programmes KP, AGYW, etc.) ? • Quel est le niveau de financement et la durée de ces interventions ? • Quelles sont les interventions dont l'évaluation a montré qu'elles entraînaient une augmentation de l'utilisation des préservatifs ? • Quelles sont les interventions qui ont été mises en œuvre pendant de longues périodes mais qui n'ont pas encore montré qu'elles augmentaient l'utilisation des préservatifs ? • Quelles interventions ont démontré un impact élevé par dollar dépensé ? • Quelles interventions ont été coûteuses mais n'ont eu qu'un impact modéré ou faible ? • Où se situent les lacunes et les défis ? • Quelles sont les possibilités d'étendre la portée, la couverture ou les populations couvertes ? • Les préservatifs sont-ils intégrés dans la PF et le traitement du VIH/des IST/autres activités de prévention ? Quelles sont les possibilités d'une plus grande intégration ? <p>Financement par les donateurs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quels sont les donateurs qui soutiennent la programmation des préservatifs ? Pour combien de temps ? Soutiennent-ils la création de la demande ou seulement l'achat de préservatifs ? Quels sont leurs plans pour l'avenir ? 	<p>Interventions</p> <p>Entretiens avec des informateurs clés</p> <p>Rapports de projets et évaluations indépendantes</p> <p>Les plans des donateurs tels que la COP (qui peut être particulièrement utile pour comprendre la portée du PK)</p> <p>Rapports annuels du NAC et du ministère de la santé</p> <p><i>Reportez-vous à l'ensemble des ressources d'analyse de la situation pour obtenir un exemple de tableau résumant les résultats.</i></p> <p>Financement par les donateurs</p> <p>Entretiens avec des informateurs clés</p> <p>Rapports des donateurs</p> <p>Site d'échange de produits de la Coalition pour les fournitures de santé de la reproduction (https://www.unfpaprocedurement.org/rhi-home)</p>



4ème - Organiser, synthétiser et rédiger

Organisez les informations en utilisant la structure fournie par le cadre de résultats et préparer un projet d'analyse de la situation qui sera présenté au groupe restreint et aux parties prenantes. L'analyse peut être présentée sous forme narrative, mais une présentation Powerpoint peut être plus efficace pour la préparation, et efficace pour de nombreux publics.

Comme indiqué précédemment, soyez sélectif dans les données qui seront finalement incluses dans un récit ou un Powerpoint. Si les données recueillies ne vous aident pas à décider de la suite à donner en termes de planification, alors ne les incluez pas. L'historique des projets passés, par exemple, n'est utile que s'il informe les programmes actuels ou s'il fournit des enseignements pour l'avenir. Les données qualitatives sur les utilisateurs recueillies il y a de nombreuses années peuvent être utiles si elles sont toujours pertinentes ou si elles sont les seules données disponibles. Les données plus anciennes nécessitent un niveau d'examen plus élevé afin de juger si elles sont toujours significatives. Si la population, le comportement et les conditions du marché restent similaires et qu'il n'existe pas d'informations plus récentes, elles peuvent encore être utiles.

Ajoutez de la valeur aux données collectées en expliquant pourquoi elles sont importantes pour le processus de planification stratégique. Expliquez pourquoi c'est important. Lors de l'atelier de définition des priorités qui fait partie du processus de planification, les parties prenantes disposeront de plus de temps pour générer des informations supplémentaires sur les données, mais l'analyse de la situation peut amorcer ce processus.

Reportez-vous à l'ensemble de ressources pour l'analyse de la situation pour des exemples sur la façon d'organiser et de présenter les données, y compris l'ajout d'informations

Qu'en est-il des lacunes dans les données ?

L'existence de lacunes en matière de données et d'informations est un constat en soi. Conservez une liste des preuves manquantes qui laissent des questions stratégiques clés sans réponse dans l'analyse. Veillez à ce que les études et les systèmes prioritaires soient intégrés dans le plan de suivi, d'évaluation et d'amélioration des programmes.



5ème étape - Partage et validation

Faites circuler le projet d'analyse de la situation pour commentaires et corrections au groupe de parties prenantes et à tout informateur clé ne faisant pas partie du groupe de parties prenantes. Si cela s'avère utile pour les parties prenantes, organisez un atelier au cours duquel le groupe aura l'occasion de discuter de l'analyse et de fournir des commentaires supplémentaires.



6ème étape - Finalisation et diffusion

Intégrez tous les commentaires et complétez le document. Il vaut la peine de consacrer du temps à la conception des documents finaux (qu'il s'agisse d'un Powerpoint ou d'un texte narratif ou des deux) pour s'assurer qu'ils communiquent les résultats de manière efficace et accessible. Plus de personnes prêteront attention aux conclusions et les utiliseront si l'analyse de la situation est soignée et visuellement attrayante. Vous pouvez également envisager d'organiser un événement de diffusion. Ne soyez pas timide ! Faites savoir aux gens que le travail est fait !



ANNEXE A



Liste des parties prenantes à impliquer

- Ministères (tels que la santé, les finances, le genre, l'éducation)
- Conseil national de lutte contre le SIDA
- Institutions travaillant dans le domaine de la planification familiale et de la santé sexuelle et reproductive
- Autorités réglementaires responsables des normes et de l'assurance qualité pour les préservatifs et autres dispositifs médicaux
- La société civile (y compris les personnes vivant avec le VIH, les jeunes, les populations essentielles, les groupes confessionnels et les ONG)
- Les organisations de marketing social et autres ONG impliquées dans la communication sur le changement de comportement
- Les acteurs qui soutiennent la prévention et/ou le traitement
- La chaîne d'approvisionnement du gouvernement, et responsables de la mise en œuvre soutenant la chaîne d'approvisionnement
- Le secteur commercial et les coalitions d'entreprises
- La communauté des donateurs



ANNEXE B



Termes de référence pour le consultant chargé de soutenir le processus

Objectif

L'analyse de la situation contribuera au développement/à la révision de l'approche stratégique de la programmation des préservatifs en [pays]. L'analyse de la situation est un élément clé du processus d'élaboration de priorités fondées sur des données probantes pour le programme et la volonté en matière de préservatifs :

- Décrivez l'état actuel de la programmation en matière de préservatifs
- Analysez la création de la demande et les activités de l'offre
- Examinez l'environnement favorable et les fonctions de coordination des programmes, qui comprennent la direction et la coordination ainsi que les politiques et réglementations pertinentes
- Examinez les facteurs comportementaux (tels que les connaissances, les attitudes et la motivation) et les autres facteurs (notamment géographiques, économiques et sociaux) qui permettent ou entravent l'utilisation du préservatif

Étapes nécessaires

L'analyse de la situation est un processus d'organisation, d'analyse et de présentation des données selon une approche mixte qui comprend l'examen des plans nationaux disponibles dans des domaines de santé connexes, l'examen des études et des rapports de programmes, et des entretiens avec le gouvernement, les parties prenantes et les responsables de la mise en œuvre. Des conseils détaillés, étape par étape, sont disponibles (voir le document d'orientation sur l'analyse de la situation). Les étapes décrites dans ce guide sont les suivantes :

- Analysez le besoin de santé : Quelles populations doivent améliorer ou maintenir l'utilisation du préservatif pour réduire le nombre de nouvelles infections et de grossesses non désirées afin d'atteindre les objectifs de santé du pays ? Qui est le plus exposé au risque d'infection par le VIH et les IST ? Où l'incidence et la prévalence du VIH et des IST sont-elles les plus élevées ? Quelles zones géographiques ou quels groupes ont montré la plus grande préférence pour les préservatifs comme méthode de planification familiale ?
- Analysez les tendances en matière d'utilisation des préservatifs : Quel est le niveau actuel d'utilisation des préservatifs ? L'utilisation diminue-t-elle ou augmente-t-elle, et au sein de quelles populations ? Comment l'utilisation se compare-t-elle à celle des autres pays de la région ?
- Analysez les facteurs liés à la demande : qui concernent les connaissances, les croyances, la motivation et la capacité d'un individu à utiliser des préservatifs, souvent appelés "barrières comportementales" (par opposition aux barrières liées à l'offre qui sont généralement hors du contrôle d'un individu). Que sait-on de ces facteurs comportementaux dans chacun de nos groupes prioritaires ? En quoi diffèrent-ils d'un groupe prioritaire à l'autre ?

- **Analysez les facteurs liés à l'offre** : Le nombre de préservatifs dans le pays et les systèmes de distribution sont-ils suffisants pour répondre aux besoins des utilisateurs et à la demande croissante ? Où les utilisateurs se procurent-ils leurs préservatifs ? Combien de préservatifs chaque secteur distribue-t-il ? Quels sont les facteurs qui entraînent des changements dans la distribution ? Quelles sont les causes des perturbations et des ruptures de stock ? Quelles sont les étapes de la chaîne de distribution dans chaque secteur, de l'importation à l'utilisateur ? Où se produisent les obstacles ?
- **Examinez la coordination et la gérance du programme de préservatifs** : La coordination des programmes fait référence aux fonctions exercées par le gouvernement avec le soutien des parties prenantes pour garantir un environnement favorable à la programmation des préservatifs et pour s'assurer que les interventions sont coordonnées et orientées vers des objectifs communs. Questions : Existe-t-il une stratégie nationale en matière de préservatifs qui comprend des activités prioritaires basées sur les données disponibles ? La stratégie en matière de préservatifs est-elle activement utilisée ? Y a-t-il suffisamment de fonds pour le soutenir ? La stratégie intègre-t-elle une approche de "triple protection" (c'est-à-dire qu'elle s'étend aux programmes de lutte contre le VIH, les IST et la PF) ? Existe-t-il des mécanismes de coordination efficaces pour aligner les exécutants et les bailleurs de fonds sur des objectifs communs et pour gérer activement ces objectifs ?
- **Activités de programmation des préservatifs dans l'environnement** : Qui fait quoi ? Qu'est-ce qui a été efficace ?
Qu'est-ce qui n'a pas fonctionné ? Existe-t-il des interventions actuelles qui pourraient être étendues ou utilisées pour atteindre les populations prioritaires d'une manière différente ? Y a-t-il des interventions qui ont réussi dans le passé mais qui ont été interrompues ? Quelles sont les lacunes dans la couverture des populations prioritaires ?

Principales responsabilités

- Mener des entretiens avec des informateurs clés (nombre précis prévu) avec les parties prenantes identifiées pour étayer l'analyse à l'appui des étapes ci-dessus. Le consultant proposera une liste des principales parties prenantes avec
- Procéder à l'examen des documents et des rapports programmatiques afin d'éclairer l'analyse à l'appui des étapes ci-dessus. La documentation pourrait inclure, sans s'y limiter, des recherches décrivant les comportements des utilisateurs et les facteurs de comportement, des rapports de marché, des mises à jour de programmes, les principaux résultats des interventions existantes, les plans et stratégies des exécutants, des donateurs (c'est-à-dire la COP) et des gouvernements. Le consultant doit identifier la documentation pertinente pour soutenir l'analyse
- Effectuer une analyse documentaire de la littérature publiée et de la littérature grise, y compris les études comportementales, les rapports du DHS, l'IBBS, etc.
- Diriger des réunions de diffusion régulières avec le groupe central pour le tenir informé des progrès réalisés, solliciter des contributions pour combler les lacunes en matière d'information et soutenir les présentations, le cas échéant
- Analyser les données en utilisant l'approche décrite dans le guide d'analyse de la situation et décrite ci-dessus

Produits livrables

- Plan et calendrier pour la collecte et l'analyse des données (à approuver avant le début de l'analyse)
- Présentation PowerPoint des principales conclusions (un dossier d'analyse de la situation fournissant une bibliothèque de diapositives d'analyse utilisées dans d'autres pays est disponible)
- Liste des personnes interrogées (avec leurs coordonnées)
- Liste des documents examinés (avec citations et/ou liens)