

Rapport de Mission au Cameroun

Appui à l'Organisation de la Campagne de Hang-Up de MILDA

Cédric MINGAT - Consultant pour l'APP

Dates de la mission : Du 25 avril au 06 mai 2012

Endroit : Yaoundé, Cameroun

Date du rapport : 27 mai 2012

Sujet : Campagne Nationale de Hang Up et d'Utilisation de la MILDA

1. Objectifs de la mission

- To work with NMCP and partners to plan and implement the hang up campaign, the ongoing roll out of keep up and monitoring activities, including monitoring of training, data collection and collation, use of job aids, checklists, monitoring protocols and questionnaires. Ensure that supervision checklists and monitoring tools are being used to harmonize feedback and focus on necessary corrective actions.
- To work with NMCP and partners on developing a work plan for the roll out of the hang up, keep up and monitoring activities. The work plan will include regular supervision visits, deadlines for transmission of data and reporting and periods for retraining
- To review and upgrade the project data management system including:
 - To review the database for management and analysis of incoming information.
 - To assess the exhaustiveness and promptitude of the data processing and transmission system within the project to date.
- To work with NMCP and partners on developing a simple and efficient system for transmitting data to the district, regional and central levels (LLIN hang up and monitoring). To work with NMCP and partners on the necessary advocacy, social mobilization and behavior change communication strategy and tools suitable for the specificity of the planned hang-up activities.

2. Observations générales

- Cette mission fut la quatrième de l'APP au Cameroun, et suivi celles de décembre 2010, mars 2011 et de l'été 2011.
- Cette mission suit la distribution des MILDA du FM Rd9, qui se passa du mois de septembre 2011 à janvier 2012, sur la totalité du territoire camerounais.

3. Contexte :

- Les préparatifs de la campagne da hang-up ne sont qu'à leur stade initial de préparation.
- Il reste environ 800,000 MILDA des 8,6 million de moustiquaires de la proposition du FM. Le gouvernement n'a pas encore décidé de comment distribuer ces moustiquaires restantes. En plus de ceci, d'autres partenaires continuent de contribuer à la prévention du paludisme au Cameroun avec des dotations de MILDA.

4. Déroulement de la mission et principales activités accomplies

a) Les chiffres clés de la campagne Hang Up (mai 2012) :

- ✓ Nombre de Régions Sanitaires au Cameroun : **10**
- ✓ Nombre de Districts Sanitaires : **181**
- ✓ Nombre d'Aires de Santé : **1,660**
- ✓ Taille estimée de la population en 2012 : **20,329,739 personnes**
- ✓ Nombre de foyers estimés en 2012 : **4,969,492** (soit 4,5 personnes / foyer + 10% de marge)

- ✓ Nombre de Volontaires estimés pour le Hang Up: **31,000**
- ✓ Nombre de jours du visites Hang Up : **7**
- ✓ Nombre de ménages visités par volontaire et par jour: **23**

b) Formation

La formation des agents communautaires en charge des activités de sensibilisation et de communication a déjà eu lieu avec le financement du FM. A l'heure de cette formation, une stratégie finale et des documents validés autour de la campagne de Hang Up n'étaient pas entièrement finalisés. Il se trouve donc que les agents OBC n'ont pu recevoir toutes les informations qui leur seront nécessaires pour mener les activités restantes pour le succès du Hang Up et afin de s'assurer que la plus grande partie des MILDA déjà distribuées soient correctement utilisées. Il a donc été décidé en sous-comité technique de recommander qu'une session de rafraîchissement soit tenue en cascade afin de renforcer les connaissances des acteurs et superviseurs à tous les niveaux. Une non-objection devrait être soumise au FM à cet effet.

Le Plan d'Action en annexe détaille les formalités de ces sessions de formation, qui ne dureront qu'une journée au maximum à tous les niveaux, avec pour but d'avoir formé les 31,000 agents OBCs qui auront la responsabilité de mener les activités de hang up, ainsi que les superviseurs de ces activités, les responsables de la structure sanitaire et les OSC et OBC partenaires.

Le manuel de formation devra être mis a jour afin de refléter la partie Hang Up sur la stratégie et les outils récemment validés.

c) Budget

Le budget de la campagne de Hang Up a été développé en collaboration avec tous les partenaires de la campagne de Hang Up and prend en compte toutes les dernières décisions stratégiques qui ont été prises. Le cout total des activités reste élevé puisque très peu seulement des activités nécessaires au Hang Up furent budgétisées initialement dans la soumission de la proposition du FM Rd9. Le budget actuel comprend une session supplémentaire de formation pour les acteurs de tous les niveaux, une indemnisation des

agents OBCs qui auront la tâche de mener les visites à domicile, et un système national de supervision de ces activités.

Il s'agit désormais d'étudier quels coûts peuvent être pris en charge par les partenaires présents au pays (y compris les 2 bénéficiaires principaux de la proposition du FM – le PNLP et Plan Cameroun). Une fois ce travail complété, une analyse complète des écarts existants pourra être développée afin de les combler rapidement pour mener la campagne de Hang Up dans les meilleures positions possibles. Au cas où des ajustements sur le budget initial FM seraient suggérés, une demande de non-objection devra être présentée au FM.

d) Hang Up en milieu urbain :

Il est important que toutes les leçons soient tirées des expériences du dénombrement des ménages et de la distribution de MILDA qui ont eu lieu en 2011 au sujet des zones urbaines. Ces zones présentent des défis spécifiques et nécessitent une coordination particulière pour assurer le succès de la campagne. En particulier, il est important de bien mener la communication et la formation pour s'assurer l'accès auprès des ménages des agents OBC, pour que l'entrée ne leur soit refusée et donc une opportunité d'appuyer l'accrochage des MILDA reçues mais non-utilisées ne soit pas perdue.

Les responsables sanitaires des zones urbaines, sous la supervision et coordination du niveau central, se doivent de bien étudier les techniques qui ont livré le plus de résultats en zone urbaine et les mettre en place pour la campagne de Hang Up.

e) Chronogramme :

Un chronogramme détaillant toutes les activités clés à mener avant de pouvoir lancer la campagne Hang Up dans de bonnes conditions a été développé et se trouve en annexe. Ce document, s'il est possible de le respecter, prévoit qu'il soit possible de tenir la campagne de Hang Up dans de bonnes conditions pendant le mois de septembre 2012. Puisque le succès de la campagne de Hang Up sera pris en compte dans l'analyse de la Phase I du financement du FM, et une éventuelle approbation de la Phase II, il est important que tous les efforts soient faits afin qu'il n'y ait pas de délais supplémentaires dans la mise en œuvre de cette campagne.

De plus, certaines zones du pays auront déjà reçu leur MILDA depuis presque un an lors du passage des agents OBC. Il est donc important de faire en sorte que la campagne ait lieu le plus tôt possible une fois toutes les étapes clés complétées.

f) Outils de gestion, supervision et aide mémoire :

Tous les outils nécessaires pour mettre en œuvre la campagne de Hang Up ont été développés ou adaptés pendant la mission de l'APP, et se trouvent en annexe. De manière spécifique, ils comprennent :

- Fiche de l'Agent OBC
- Fiche de synthèse à tous les niveaux (4 formes)
- Fiche du Superviseur
- Aide Mémoire Agent OBC Hang Up

Il est essentiel que ces documents soient proprement expliqués lors des sessions de formation afin que tous les agents OBCs et leurs superviseurs connaissent parfaitement leur utilisation.

5. Recommandations

- a) Stratégie :
 - Communiquer la stratégie validée aux partenaires à tous les niveaux
 - Demander la non-objection du FM pour la tenue des sessions de formation additionnelles
- b) Financement
 - Finaliser l'analyse des éventuels gaps financiers relatifs à la campagne Hang Up et les communiquer à tous les partenaires
 - Demander une non-objection auprès du FM si des mouvements de fonds sont suggérés pour palier aux éventuels gaps
- c) Coordination
 - Créer une cellule de coordination nationale au niveau central qui soit opérationnelle pendant toute la durée des activités de Hang Up, et libérer ses membres de toutes autres responsabilités professionnelles afin de bien pouvoir suivre et encadrer la campagne
- d) Outils
 - S'assurer que les outils et manuels de formation soient finalisés et disséminés ; ainsi que présents à temps lors des formations à tous les niveaux
 - S'assurer de la production et bonne distribution des outils, manuels et aide mémoire
- e) Formation
 - Obtenir la non-objection du FM pour ces sessions supplémentaires de formation qui ne furent ni prévues ni budgétisées
- f) Communication
 - Rapidement finaliser les messages autour du Hang Up pour les mass médias
 - Maintenir le contact fréquent avec les régions et le niveau inférieur de supervision pour tenir tous les acteurs informés de l'évolution du calendrier de la campagne

6. Prochaines étapes

- a) Clarification de la situation financière et circuit de transfert des fonds.
- b) Demander et obtenir les non-objections nécessaires des bailleurs afin de pouvoir mettre en œuvre la stratégie telle qu'elle a été validée.
- c) Traduire les manuels ou outils en anglais pour la partie anglophone du pays.
- d) Mener les formations à tous les niveaux dans de bonnes conditions avec tout le personnel requis et les outils présents.
- e) Etablir une cellule de coordination au niveau central se concentrant uniquement à la campagne de Hang Up.

7. Conclusion

Après plus de 18 mois de travail intense de la part de tous les partenaires il est normal qu'un peu de fatigue s'installe dans l'organisation de la campagne Hang Up. Pourtant il est primordial d'accorder une importance particulière à ce dernier élément de la campagne nationale de distribution des MILDA afin de s'assurer que tout le travail déjà effectué porte ses fruits au maximum, avec une forte utilisation de toutes les MILDA disponibles sur le terrain.

Le sous-comité technique dispose maintenant d'une stratégie complète et de tous les outils nécessaires à une validation officielle de la campagne de Hang Up et d'une idée claire des étapes restant à achever pour s'assurer du succès de cette campagne. Il s'agit maintenant de suivre les étapes mentionnées pour lutter contre le paludisme au Cameroun.

Une bonne mise en œuvre de cette campagne sera également un argument fort pour assurer l'approbation de la Phase II du financement FM.

Je tiens à remercier tous les collègues et partenaires qui ont pris le temps de partager et travailler en proche collaboration avec l'APP lors de cette mission au Cameroun, en particulier le PNLN.

Documents développés et joints :

1. Budget de la campagne Hang Up
2. Chronogramme de la campagne Hang Up
3. Aide mémoire OBC Hang Up
4. Outils de gestion et de synthèse
5. Outil de supervision

Acronymes et abréviations:

ACMS	Agence Camerounaise de Marketing Social
AdO	Appel d'Offre
AdS	Aire de Santé
APP	Alliance pour la Prévention du Paludisme
CNC	Comité National de Coordination
DS	District Sanitaire
FM	Fonds Mondial (de lutte contre le sida, la tuberculose et le paludisme)
MdS	Ministère de la Santé
MILDA	Moustiquaire Imprégnée à Longue Durée d'Action
MNM	Malaria No More
OBC	Organisation à Base Communautaire
OMS	Organisation Mondiale de la Santé
ONG	Organisation Non Gouvernementale
OSC	Organisation de la Société Civile
PEV	Programme Elargi de Vaccination
PNLP	Programme National de Lutte contre le Paludisme
RBM	Roll Back Malaria (Faire Reculer le Paludisme)
RS	Région Sanitaire
UNF	United Nations Foundation
VPP	Voluntary Pool Procurement

Personnes Rencontrées :

- Dr. OLINGA Jean-Pascal, Secrétariat Technique du Réciendaire Principal
- Dr. NDONG Prosper, Secrétaire Permanent du PNLN
- Dr. FONDJIO Etienne, Secrétaire Permanent Adjoint du PNLN

- Dr. NKUNI José, Point Focal RBM CARN
- Mlle. MESMIN Helene, UNICEF
- Mr. ELOUNDOU Jean-Paul, Secrétariat Technique Bénéficiaire Principal
- Dr. MEDOU Hortense, PNL
- Mr. NGUENA Christian, PNL
- Dr. TALLAH Esther, MC-CCAM
- Mr. SIBETCHEU Daniel, MC-CCAM
- Mme. NGUELA Laure, Mc-CCAM
- Dr. KWAKE Simon, Plan Cameroon
- Mr. FOTSO Zacharie, Plan Cameroon
- Mr. KPOGNON Auguste, Représentant ACMS
- Dr. YOUNBA Jean-Christian, AMCS
- Mr. BIYIK Jean, ACMS
- M. MBUH Penn Richard, ACMS
- Mr. CASANOVA Jesse, Malaria No More
- Mr. N'DONGLA Peter, Malaria No More