

# APP L'Alliance pour la Prévention du Paludisme

Étendre la possession et l'utilisation des moustiquaires

## Rapport de situation (SITREP) N°4

**Pays :** CAMEROUN

**Date de rapport :** 13/07/2021

**Période couverte par le rapport :** 06/07/ 2021 au 13/07/2021

**Consultants en appui à distance au pays :**

- Yves CYAKA (technique)
- Eric PHOLLET (logistique)

**Auteur(s) de rapport :** Yves CYAKA et Eric PHOLLET

### Tableau de résumé de la campagne

Population ciblée	<b>25 876. 380</b> habitants
Echelle de la campagne	Nationale avec 3 phases
Nombre total de MII	<b>16 756 141 MII</b>
Nombre de MII standard (quantité par bailleur)	ETAT: <b>552 949 MII</b>
	Fonds Mondial: <b>2 483 038 MII</b>
Nombre de MII PBO (quantité par bailleur)	ETAT: <b>5 079 850 MII</b>
	Fonds Mondial: <b>3 081 338 MII</b>
Nombre de MII NGN (quantité par bailleur)	ETAT: <b>0</b>
	Fonds Mondial: <b>5 558 976 MII</b>
Date prévue pour la microplanification	Non encore définie
Date prévue pour le dénombrement/distribution	Non encore définie
Date prévue pour la distribution	Non encore définie

### Contexte:

Le Cameroun va organiser sa quatrième campagne de distribution de masse des MILDA sur la période de 2022 et 2023. Cette campagne cofinancée par le Fonds Mondial de Lutte contre le Sida, la Tuberculose et le Paludisme et le Gouvernement du Cameroun vise la distribution gratuite de 16 756 141 MILDA dans les 10 régions.

La campagne va se dérouler en trois phases : la première phase au 1er trimestre de l'année 2022 concerne 3 régions (Adamaoua, Extrême-Nord et Nord), la deuxième phase au mois de septembre 2022 concerne 4 régions (Est, Littoral, Ouest et Sud), et la troisième phase au mois d'octobre 2023 concerne les régions du Centre, Nord-ouest et Sud-ouest. Le Fonds Mondial finance l'achat des MILDA et toutes les activités de la campagne dans toutes les régions sauf le Sud et le Centre où la campagne sera entièrement prise en charge par l'État.

Lors de cette campagne, plusieurs types de MILDA seront distribués notamment les MILDA classiques, les MILDA+PBO et les moustiquaires de nouvelle génération (NGN), selon le profil de résistance des vecteurs dans chaque district de santé.

Le contexte sanitaire avec la pandémie de la COVID-19 devra aussi influencer les méthodes de travail et les stratégies de mise en œuvre.

## Objectifs de la mission :

Fournir une assistance technique pour la macro planification de la CDM 2022 au Cameroun pour toutes les thématiques de la campagne et appuyer le développement du plan de mise en œuvre des activités de la campagne, du chronogramme, du plan logistique, du plan de communication, et une analyse des risques et moyens de mitigation, un chronogramme, un plan de suivi et évaluation ainsi qu'un budget détaillé pour ladite campagne.

## Situation globale de la planification et mise en œuvre de la campagne :

Situation COVID à ce jour a évoluée (*source OMS*) :

- Nombre total des cas : 80'858
- Nombre des cas guéris : 35'261
- Nombre de décès : 1'324
- Nombre des nouveaux cas total pour cette semaine : 427
- Nombre de doses (vaccin) administrées : 163'921

## Situation de la planification

Plusieurs réunions virtuelles ont eu lieu pour des discussions thématiques comme suit :

- Les échanges sur la stratégie de paiement pour la campagne dans le cadre de mise en œuvre des activités, l'un des défis majeurs reste le paiement des acteurs qui se fera via le paiement électronique. Les étapes de paiement sont décrites ci-dessous :
  - La collecte et la remontée des pièces justificatives ;
  - La vérification des comptes par les opérateurs de téléphonie mobile ;
  - Le nettoyage des listes vérifiées par les opérateurs de téléphonie mobile ;
  - Le paiement proprement dit ;
  - Le retraitement des rejets de paiement ;
  - La phase de paiement des rejets qui est la dernière vague, s'avère souvent longue dans la mesure où tous les concernés ne réagissent pas tous au même moment. Ce qui nous oblige de procéder au paiement au cas par cas d'une seule personne au lieu du paiement de masse.
- La stratégie logistique a été discuté et PAM était représenté. Il est donc retenu :
  - PAM aura une base dans chaque région. Dans celles où ils n'en ont pas, une location sera effectuée
  - Le PAM pourra dans le cadre de la location des magasins régionaux se servir des coordinateurs GTRLP comme des personnes ressources
  - PAM devra fixer les délais de réalisation pour le transport région - Aires et informer le PNLP dans un très bref délai afin que cela soit pris en compte dans l'élaboration du chronogramme (urgent)
  - Les MILDA seront livrées dans les régions par IDA. Ainsi, le PAM devra rapidement confirmer les magasins régionaux pour que la mise à jour soit faite dans Wambo
  - Le PNLP doit régulièrement informer le PAM des nouvelles dates d'arrivée des MILDA au Cameroun en accédant au système Wambo
  - Pour les aspects logistiques à partir de l'aire de santé, Moïse/SAF devra partager les procédures de recrutement des transporteurs Aires de santé - site de ravitaillement des livreurs des équipes dénombrement/distribution
  - Les coûts de transport de MILDA variant d'une région à l'autre et d'un district à l'autre dans une même région il n'y aura pas d'appel d'offres mais des demandes de cotation.
  - Les Sites de ravitaillement seront identifiés à la micro-planification sur la base de la cartographie et dans chaque localité pour faciliter le ravitaillement de équipes de dénombrement/distribution
  - Le plan logistique révisé du PAM sera partagé
- Les travaux sur la communication de la campagne ont eu lieu en deux réunions.  
Finalisation des TDRs de l'agence de communication, qui aura comme responsabilités clés entre autres :

- Veiller à la validation et au pré test de la stratégie et du plan de communication de la campagne élaborés par le Sous-Comité Communication ;
- Assurer la production des supports, outils et messages de communication de la campagne MILDA 2022 ;
- Veiller à la diffusion et dissémination des messages, supports et outils produits en direction des différentes cibles planifiées.

**La semaine prochaine**

- La rédaction du plan d'action de la campagne de masse
- La rédaction du plan logistique
- La rédaction du plan de communication
- La rédaction du chronogramme de la campagne
- La rédaction du plan des risques de la campagne