

APP L'Alliance pour la Prévention du Paludisme

Étendre la possession et l'utilisation des moustiquaires

Rapport de situation (SITREP)

Pays : CAMEROUN

Date de rapport : 16/11/2021

Période couverte par le rapport : 09/11 au 16/11/2021

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	25 876. 380 habitants
Echelle de la campagne	National avec 3 phases
Nombre total de MII	16 756 141 MII
Nombre de MII standard (quantité par bailleur)	ETAT: 552 949 MII
	Fonds Mondial: 2 483 038 MII
Nombre de MII PBO (quantité par bailleur)	ETAT: 5 079 850 MII
	Fonds Mondial: 3 081 338 MII
Nombre de MII NGN (quantité par bailleur)	ETAT: 0
	Fonds Mondial: 5 558 976 MII
Date prévue pour la microplanification	Janvier 2022
Date prévue pour le dénombrement/distribution	Phase 1a : Avril/Mai 2022
	Phase 1b : Juillet 2021
Date prévue pour la distribution	Phase 1a : Mai 2022
	Phase 1b : Juillet 2021

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 macroplanification 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 : 102'499
- Nombre de nouveaux cas au cours des 7 derniers jours : 0
- Nombre de personne complètement vaccinées : 175 829

Situation de la planification

La réunion de mise à jour avec PAM jeudi après-midi ;

L'exercice sur la quantification est finalisé et englobe les données de la campagne les plus récentes avec toutes les aires de santé ;

Réunion avec l'équipe de communication pour des explications et analyse sur le budget communication de la campagne ;

L'exercice d'élaboration du draft 1 du budget est achevé et a donne les conclusions suivantes :

- **64 tâches** regroupées en **17 principales activités** pour la distribution de **16 756 100 MII** ;
- Le montant total pour la campagne 2022-2023 s'élève à **39 226 059 620 Fcfa**
- Les coûts opérationnels dans ce budget sont de **9 506 378 592 Fcfa** ;
- Les coûts opérationnels pour l'Etat sont de **1 841 639 303 Fcfa** soit **19.4%** du coût opérationnel total ;
- Les coûts opérationnels pour le Fonds Mondial sont de **7 519 739 288 Fcfa** soit **79.1%** du coût opérationnel total ;

Le budget du Fonds Mondial dans ses coûts opérationnels connait un dépassement de 14.56% du budget prévisionnel qui s'explique pour la plupart de la manière suivante :

- Le changement de stratégie (porte à porte et Hit and Run) pour tout le pays ;
- Un appui logistique important de PAM représentant **23%** des couts opérationnels

Les macroplans de transport et d'entreposage finalisé ;

La semaine prochaine

- Partagé la quantification et le budget pour contribution (AMP & PNLP).
- Finalisé le plan de suivi-évaluation finalisé.
- Mise à jour des outils de la campagne.