

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 : 26/10/2021

Période couverte par le rapport : 20/10 au 26/10/2021

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	Nationale 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	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 : 100 289
- Nombre des cas guéris : 35'261
- Nombre de décès : 1'600
- Nombre des nouveaux cas total pour cette semaine :

Situation de la planification

Deuxième appui au pays

Les AT ont convenus livrer la quantification et le budget de la campagne le 6 novembre 22021

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

- Les échanges sur la livraison pour la campagne :
 - IDA doit actualiser le chronogramme de livraison des MILDA avec les nouveaux couts
 - Il n'y a plus de révision de couts pour les MILDA de la phase 1
 - Donc pas de retard ; 1^{er} arrivage 1ere semaine de novembre et dernier arrivage 31 mars 2021
 - IDA a géré le surcout avec le budget du buffer
 - Les MILDA de la phase 2 ont repris en production mais cela va agir sur les dates de livraison ;

IDA-Situation de la production et livraison des moustiquaires en date du 25 Octobre 2021

TYPE DES MOUSTIQUAIRES	QUANTITE	PERIODE DE LIVRAISON
Standard	2 483 050	20/04 au 01/06/2022
PBO	5 079 850	10/11/2021 au 30/06/2022
IG2	5 559 000	31/01/2022 au 04/01/2023
TOTAL	13 121 900	

- La mise à jour de la planification de la campagne :
 - La finalisation du contrat avec PAM est en cours, le FM a fait un retour sur le budget qui voudrait que les avances demandées par PAM soit de 70% du budget annuel soumis ;
 - Le processus de contractualisation avec les magasins pour la réception des MILDA qui arrivent en début de semaine par PAM, dépend fortement de la signature de contrat ;
 - Le FM est cependant en attente de recevoir le budget détaillé de PAM sur les 3 ans ;
 - La mise en place du CNC, tarde un peu parce que le signataire est en déplacement et cela implique que les sous-commissions ne peuvent pas encore commencer
 - Les commandes pour le centre et le SUD sont en cours de confirmation et si rien ne change le calendrier, les MILDA du SUD arriverons à temps pour bien mener la campagne comme prévu dans la deuxième phase
- Le marché sur l'agence de communication doit être publié pour le recrutement ; il sera traduit avant et en 30 jours après lancement, les offres seraient disponibles. Ainsi, nous resterons dans le temps.
 - Pour le matériel COVID le marché est en cours d'acquisition, cependant les TDR pour les outils de gestion sont en cours de finalisation pour un lancement imminent après la quantification

La semaine prochaine

- La quantification des besoins de la campagne de masse
- La rédaction du budget détaillé de la campagne
- Ressortir les GAP et le plan de couverture
- La mise à jour du chronogramme de la campagne sur base du chronogramme de livraison des MILDA de IDA