

Étape 2 : Évaluer les canaux les moins réalisables

Objectif

- Identifier les canaux qui répondent aux exigences opérationnelles de base pour chaque groupe de population ; écarter les options de canaux qui ne sont pas réalisables actuellement.

Recommandations

- Les tableaux ci-dessous présentent les questions essentielles permettant de déterminer si un canal doit être exclu parce qu'il ne répond pas aux exigences opérationnelles minimales.
- Tentez de répondre aux questions pour chaque canal en examinant tous les groupes de population ou toutes les zones géographiques énumérés à l'étape 1. Si les contextes géographiques ou les systèmes de santé diffèrent considérablement d'un groupe à l'autre, les utilisateurs peuvent envisager de compléter l'étape 2 pour chaque groupe de population séparément. Examiner les groupes de population séparément prendra plus de temps, mais permettra de cibler les discussions et les décisions en fonction des contextes spécifiques.
- Pour chaque canal, les utilisateurs doivent trouver et consigner les valeurs des indicateurs essentiels dans le cadre d'une analyse de la situation, avant de répondre aux questions sur les exigences minimales. Les tableaux d'analyse de la situation doivent être remplis dans la mesure du possible, compte tenu de l'accès aux données disponibles dans un délai raisonnable¹. Des résultats actualisés peuvent aider à décider si un canal doit être inclus (cette étape) et suggérer des lacunes opérationnelles (étape 3). Consigner les données les plus récentes et les plus pertinentes au niveau local et citer les sources (par exemple, l'enquête démographique et sanitaire, l'enquête sur les indicateurs du paludisme, le système habituel d'information sur la gestion de la santé, d'autres systèmes de données du gouvernement, etc.).
- La synthèse des résultats peut masquer d'importantes variations au sein des groupes de population ou des zones géographique examinés, ou entre ceux-ci. Les utilisateurs doivent examiner les données désagrégées lorsque des différences significatives sont connues ou suspectées, et examiner dans quelle mesure les conclusions concernant les activités déjà effectuées et/ou la faisabilité de ces canaux peuvent varier d'un sous-groupe à l'autre. Les discussions et les conclusions doivent être documentées dans un souci de transparence. Dans certains cas, il peut être nécessaire de subdiviser une population ou un groupe géographique défini à l'étape 1 en deux groupes ou plus, sur la base de différences significatives dans l'analyse de la situation. Par ailleurs, des différences importantes entre les sous-groupes en ce qui concerne les résultats d'un canal existant peuvent conduire à des conclusions différentes sur la capacité opérationnelle (étape 3) et/ou à des actions de suivi lors de l'élaboration ou de la révision du plan d'action relatif au canal (étape 5).
- Au fur et à mesure que vous parcourez les tableaux pour chaque canal, remplissez les colonnes relatives aux canaux de distribution des MII dans la matrice stratégique en marquant les canaux comme étant potentiellement inclus ou exclus pour un groupe de population sur la base des recommandations fournies (par exemple, cochez ou faites une croix dans chaque colonne pour un groupe de population donné).

¹ Lorsque la boîte à outils est utilisée pour la révision de la stratégie ou des canaux, il est recommandé que tous les indicateurs de l'analyse de la situation soient remplis pour les canaux examinés, afin de fournir des informations complètes sur le contexte et les performances historiques des canaux.

Résultats attendus

- Analyse de la situation et tableaux des exigences minimales en matière de canaux complétés
- Matrice stratégique révisée identifiant les canaux réalisables
- Documentation d'accompagnement sur les données utilisées et les discussions tenues au cours de l'étape 2

Étape 2

Évaluer les canaux les moins réalisables

Tentez de répondre aux questions pour chaque canal en examinant tous les groupes de population ou toutes les zones géographiques énumérés à l'étape 1. Si les contextes géographiques ou les systèmes de santé diffèrent considérablement d'un groupe à l'autre, les utilisateurs peuvent envisager de terminer l'étape 2 pour chaque groupe de population séparément. Examiner les groupes de population séparément prendra plus de temps, mais permettra de cibler les discussions et les décisions en fonction des contextes spécifiques.

Groupe de population ou TOUS	Nom du groupe de population de l'étape 1 ou TOUS si les canaux sont envisagés pour toute la population
-------------------------------------	---

Analyse de la situation : Indicateurs essentiels pour le groupe de population				
Résumé des indicateurs de population		Valeur	Source	Année
SA1	Population du groupe cible (nombre)			
SA2	Taille moyenne des ménages (nombre)			
SA3	Population vivant dans les zones urbaines (en %)			
Estimations de l'utilisation et de l'accès aux MII		Valeur	Source	Année
SA4	Accès aux MII au niveau de la population (en %)			
SA5	Utilisation des MII au niveau de la population (en %)			
SA6	Ratio d'utilisation des MII par rapport à l'accès			
SA7	Utilisation des MII par les femmes enceintes (en %)			
SA8	Pourcentage de femmes enceintes ayant dormi sous une MII la nuit précédente parmi les femmes enceintes vivant dans des ménages disposant d'au moins une MII (en %)			
SA9	Utilisation de MII chez les enfants de moins de cinq ans (en %)			
SA10	Pourcentage d'enfants de moins de cinq ans ayant dormi sous une MII la nuit précédente parmi les enfants de moins de cinq ans vivant dans des ménages disposant d'au moins une MII (en %)			

Distribution par le biais des services de santé courants				
Analyse de la situation		Valeur	Source	Année
RO1	Femmes enceintes en pourcentage de la population (en %)			
RO2	Enfants de moins d'un an en pourcentage de la population (en %)			
RO3	Pourcentage de ménages avec une ou plusieurs femmes enceintes (en %)			
RO4	Pourcentage de ménages avec un ou plusieurs enfants de moins d'un an (en %)			
RO5	Soins prénatals (+1 visite) (en %)			
RO6	Couverture vaccinale pour la première dose du vaccin contre la rougeole (MCV1) chez les enfants d'un an (en %)			
RO7	Couverture vaccinale contre la DPT3 chez les enfants d'un an (en %)			
RO8a	Le vaccin contre le paludisme est-il administré à ce groupe ?			
RO8b	Couverture vaccinale pour la première dose contre le paludisme chez les enfants d'un an (en %)			

RO8c	Couverture vaccinale pour la dernière dose contre le paludisme au sein du groupe d'âge cible (en %)			
RO9	Pourcentage de ménages cibles avec ≥ 1 MII provenant de la distribution par les services de santé courants (en %) <i>Peut être obtenu par une analyse secondaire de l'enquête démographique et sanitaire, de l'enquête sur les indicateurs du paludisme ou d'autres données d'enquête sur les ménages qui comprennent un répertoire de MII avec des données sur la source des MII</i>			
RO10	Couverture administrative des MII pour la distribution par les soins prénatals (en %, d'après les données issues des rapports de routine)			
RO11	Couverture administrative des MII pour la distribution par les programme élargi de vaccination (en %, d'après les données issues des rapports de routine ²)			

Exigences minimales en matière de canaux

Q1	Le recours aux soins prénatals est-il passable ou bon dans les populations cibles, compte tenu du pourcentage de femmes enceintes qui effectuent leur première visite de soins prénatals (ANC1) (voir l'analyse de la situation et la note) ?	OUI	Envisagez d'inclure dans la stratégie la distribution par les soins prénatals. Des décisions devront être prises sur : <ul style="list-style-type: none"> • les critères d'éligibilité ; • la stratégie de distribution. 	Aller à la Q2
		NON	Envisagez d'inclure dans la stratégie la distribution par les soins prénatals, tout en soulignant la nécessité de renforcer le recours au service. Planifiez des canaux continus supplémentaires pour garantir la réalisation des objectifs.	Aller à la Q2
Q2	Le recours au PEV est-il passable ou bon dans les populations cibles, compte tenu de la couverture par le MCV1, le MCV2 ou le dernier vaccin antipaludique (le vaccin cible et l'éligibilité peuvent varier ; voir l'analyse de la situation et la note) ?	OUI	Envisagez d'inclure dans la stratégie la distribution par le PEV. Des décisions devront être prises sur : <ul style="list-style-type: none"> • les critères d'éligibilité ; • la stratégie de distribution. 	Aller à la Q3
		NON	Envisagez d'inclure dans la stratégie la distribution par le PEV, tout en soulignant la nécessité de renforcer le recours au service. Planifiez des canaux continus supplémentaires pour garantir la réalisation des objectifs.	Aller à la Q3

Remarque : Déterminer si le recours est « passable » ou « bon ».

Il n'existe aucune recommandation concernant un seuil de fréquentation des soins prénatals et du PEV au-delà ou en deçà duquel ces canaux devraient être pris en considération. L'OMS recommande que les services de soins prénatals et le PEV soient considérés comme des canaux de distribution continue de MII hautement prioritaires dans les pays où ces services sont utilisés par une grande partie de la population exposée au risque de paludisme, comme c'est le cas dans une grande partie de l'Afrique subsaharienne³. Les équipes doivent discuter de la fréquentation des services de santé avec leurs homologues compétents pour déterminer si un canal est susceptible d'être rentable pour atteindre directement les groupes les plus vulnérables. Prenez également en compte les variations infranationales des niveaux de fréquentation et de la charge de morbidité due au paludisme.

Il sera nécessaire d'examiner la portée et l'efficacité d'autres canaux dans la combinaison de canaux après les étapes 2 et 3, ce qui peut amener les utilisateurs à revoir une décision initiale.

² Remarque : Les données de distribution par le PEV peuvent être inférieures à la distribution réelle en raison des limites de l'enregistrement. Dans de nombreux contextes, DHIS2 ne comporte pas de champ destiné aux MII provenant du PEV. Recouper avec les données relatives aux achats et aux ruptures de stock, lorsqu'elles sont disponibles.

³ <https://iris.who.int/server/api/core/bitstreams/4b3b8f78-2764-4159-ae2f-0b49dcb3b102/content>

Q3	Existe-t-il d'autres services de santé dispensés en établissement, liés ou non au paludisme, qui permettent de distribuer des MII à cette population (<i>voir remarque</i>) ?	OUI	<p>Envisagez d'inclure dans la stratégie d'autres distributions en établissement de santé.</p> <p>Des décisions devront être prises sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> • les critères d'éligibilité ; • la stratégie de distribution. 	Aller à la Q4
		NON	N'incluez pas dans la stratégie d'autres distributions en établissement de santé.	Aller à la Q4
<p>Remarque : Autres services dispensés en établissement de santé</p> <p>Parmi les autres groupes éligibles, on peut citer les enfants de moins de cinq ans admis dans un établissement de santé pour un paludisme grave, les personnes s'occupant d'enfants de moins de cinq ans, dans leur centre de santé maternelle, néonatale et infantile, dans le cadre de la prise en charge intégrée des maladies de l'enfant ou lors d'un autre contact sanitaire, les patients ou les personnes s'occupant d'enfants, à l'issue d'un traitement contre le paludisme (grave), les personnes vivant avec le VIH/SIDA qui s'inscrivent pour la première fois dans un centre de soins et de traitement, d'autres populations vulnérables, par exemple, les populations mobiles et migrantes, les personnes touchées par des catastrophes naturelles, les orphelins et les personnes âgées.</p>				
Q4	Serait-il faisable pour le personnel de l'établissement de santé de distribuer des MII à cette population lors des actions sur le terrain (par exemple, transporter les MII avec les fournitures de soins prénatals/du PEV ou avec les équipes mobiles de santé et de nutrition) ?	OUI	<p>Envisagez d'inclure dans la stratégie la distribution lors des actions de sensibilisation.</p> <p>Des décisions devront être prises sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> • les critères d'éligibilité ; • la stratégie de distribution. 	Aller à la Q5
		NON	N'incluez pas les actions de sensibilisation dans la stratégie.	Aller à la Q5
Q5	Les services de santé courants peuvent-ils continuer à fonctionner de manière fiable en cas de conflit armé, d'insécurité, de déplacement de population et d'autres contextes d'intervention difficiles ?	OUI	<p>Continuez à inclure les choix ci-dessus dans la stratégie. Envisagez d'adapter les canaux aux contextes d'intervention difficiles, comme énoncé dans les <i>Recommandations opérationnelles de l'APP pour la distribution de MII dans des contextes d'intervention difficiles.</i></p>	
		NON	<p>Envisagez d'adapter les canaux aux contextes d'intervention difficiles, comme énoncé dans les <i>Recommandations opérationnelles de l'APP pour la distribution de MII dans des contextes d'intervention difficiles.</i></p>	

Distribution par le biais des campagnes de distribution de masse				
Analyse de la situation		Valeur	Source	Année
MC1	Pourcentage de ménages cibles avec ≥ 1 MII provenant de la dernière campagne de distribution de masse (en %) <i>Peut être obtenu par une analyse secondaire de l'enquête démographique et sanitaire, de l'enquête sur les indicateurs du paludisme ou d'autres données d'enquête ayant recueilli des données pertinentes sur les MII</i>			
MC2	Pourcentage de la population vivant dans des endroits difficiles d'accès ou peu sûrs (en %)			
MC3	Pourcentage de la population vivant dans les zones urbaines (en %)			
Exigences minimales en matière de canaux				
Q6	Les populations ciblées sont-elles suffisamment nombreuses et cohésives pour justifier une opération de type campagne de masse (par exemple, les populations ciblées couvrent des régions ou des districts entiers, des camps de réfugiés entiers) ?	OUI		Aller à la Q7
		NON		Aller à la Q7
Q7	Est-il possible, d'un point de vue opérationnel, d'atteindre la plupart des ménages au cours d'une période de campagne définie, compte tenu de l'accessibilité, de la mobilité de la population et de la sécurité ?	OUI		Aller à la Q8
		NON	N'incluez pas les campagnes de distribution de masse dans la stratégie et envisagez d'autres canaux.	Aller au canal suivant
Q8	Les campagnes précédentes indiquent-elles que les objectifs de couverture et d'équité ont été atteints pour des groupes de population et/ou des contextes similaires ?	OUI		Aller à la Q9
		NON	Examinez les leçons tirées de la campagne et évaluez la probabilité qu'une future campagne puisse atténuer ou surmonter les défis rencontrés par le passé.	Aller à la Q9
Q9	Existe-t-il des possibilités d'intégrer la distribution de MII à d'autres interventions ciblant le même groupe de population (par exemple, la chimioprévention du paludisme saisonnier, la vaccination contre le paludisme ou d'autres campagnes de santé) ?	OUI	Examinez les possibilités d'intégration si les campagnes de distribution de masse sont incluses en tant que canal.	Aller à la Q10
		NON	Maintenez des campagnes de distribution de masse autonomes dans la stratégie.	Aller à la Q10
Q10	Les populations cibles seraient-elles plus efficacement atteintes par des canaux continus (soins de santé courants, milieu scolaire, communautaire ou commercial) que par une campagne périodique ?	OUI	Examinez la capacité opérationnelle de tous les canaux réalisables (y compris les campagnes de distribution de masse) afin d'éclairer la décision définitive sur la combinaison de canaux.	Aller à la Q11
		NON	Envisagez d'inclure des campagnes de distribution de masse dans la stratégie.	Aller à la Q11
Q11	Les populations cibles ou certaines parties de la zone géographique cible sont-elles touchées par l'insécurité armée, les déplacements de population ou l'inaccessibilité saisonnière qui limiteraient	OUI	Dans le contexte des recommandations ci-dessus, envisagez d'inclure des campagnes de distribution de masse dans la stratégie, avec des approches opérationnelles adaptées aux	

	la faisabilité d'une campagne de distribution de masse ?		<u>environnements des contextes d'intervention difficiles</u> et une mise en œuvre en dehors des saisons qui créent des goulets d'étranglement.	
		NON	Dans le contexte des recommandations ci-dessus, envisagez d'inclure des campagnes de distribution de masse dans la stratégie. Des décisions devront être prises sur : <ul style="list-style-type: none">● les zones géographiques cibles ;● les critères d'éligibilité ;● la stratégie de distribution.	

Distribution en milieu scolaire					
Analyse de la situation			Valeur	Source	Année
SB1	Taux brut d'inscription dans le primaire (en %, ventilé par sexe et par zone urbaine/rurale) <i>Nombre total d'élèves inscrits dans un niveau d'enseignement spécifique, quel que soit leur âge, exprimé en pourcentage de la population du groupe d'âge officiel pour ce niveau d'enseignement</i>				
SB2	Taux brut d'inscription dans le secondaire (en %, ventilé par sexe et par zone urbaine/rurale)				
SB3	Fréquentation – primaire (pourcentage des inscrits, par type d'école et par niveau)				
SB4	Fréquentation – secondaire (pourcentage des inscrits, par type d'école et par niveau)				
SB5	Ménages avec enfants en âge de fréquenter l'école primaire (en %)				
SB6	Ménages avec enfants en âge de fréquenter l'école secondaire (en %)				
SB7	Pourcentage de ménages éligibles avec ≥ 1 MII provenant de la dernière distribution en milieu scolaire (%) <i>Peut être obtenu par une analyse secondaire de l'enquête démographique et sanitaire, de l'enquête sur les indicateurs du paludisme ou d'autres données d'enquête ayant recueilli des données pertinentes sur les MII</i>				
SB8	Couverture administrative obtenue lors de la dernière distribution en milieu scolaire (% des MII disponibles qui ont été distribuées, d'après les données des rapports habituels)				
Exigences minimales en matière de canaux					
Q12	La population cible est-elle desservie par le réseau d'écoles primaires et/ou secondaires (publiques, privées, internats et/ou confessionnelles) ?	OUI			Aller à la Q13
		NON	N'incluez pas la distribution en milieu scolaire dans la stratégie et envisagez d'autres canaux.		Aller au canal suivant
Q13	Le taux de fréquentation ou d'inscription à l'école primaire et/ou secondaire est-il passable ou bon dans la zone géographique cible (voir l'analyse de la situation et la remarque) ?	OUI	Si le taux d'inscription est bon, mais que la fréquentation est faible, l'attrait des MII peut augmenter la fréquentation, et le taux d'inscription suggère que l'accès aux écoles est encore raisonnablement bon.		Aller à la Q14
		NON	N'incluez pas la distribution en milieu scolaire dans la stratégie et envisagez d'autres canaux.		Aller au canal suivant
<p>Remarque : Déterminer si le taux d'inscription est « passable » ou « bon ». L'expérience montre que dans les régions où le taux d'inscription est faible (moins de 50 % en moyenne dans les classes primaires), la distribution en milieu scolaire a peu de chances d'être la solution la plus économique ou la plus équitable. Toutefois, si la portée géographique au sein des communautés est bonne, les écoles pourraient servir de centres de distribution pour ces communautés (au-delà des seuls élèves inscrits). Dans les zones où le taux d'inscription moyen est compris entre 50 et 80 %, la distribution en milieu scolaire peut permettre d'atteindre des ménages qui ne sont pas desservis par d'autres canaux. Si les écoles sont envisagées, une analyse contextuelle minutieuse est nécessaire au cours de l'étape 3, la capacité opérationnelle. Dans les régions où le taux d'inscription est élevé (plus de 80 % en moyenne dans les classes primaires), les écoles peuvent constituer un canal très efficace, capable de modifier la taille du groupe cible en fonction du nombre de MII nécessaires ou disponibles. Vous trouverez plus de détails dans la boîte à outils de l'APP sur la DMS et dans le guide Distribution de moustiquaires imprégnées d'insecticide à longue durée d'action en milieu scolaire : un guide succinct basé sur l'expérience récente des pays.</p>					

Q14	Avez-vous raisonnablement la certitude que les données du ministère de l'Éducation sur les inscriptions sont disponibles et suffisamment précises pour la planification ?	OUI		Aller à la Q15
		NON	<p>Si la distribution en milieu scolaire est incluse dans la stratégie, mentionnez la nécessité de renforcer les données sur les inscriptions ou les rapports sur les données scolaires.</p> <p>Un exercice de microquantification autonome pourrait éclairer la planification initiale si les ressources sont disponibles, mais ne doit pas remplacer le renforcement du système de données.</p>	Aller à la Q15
Q15	Les écoles qui accueillent la population cible sont-elles toujours fonctionnelles et accessibles en cas de conflit armé, d'insécurité, de déplacement de population et d'autres situations d'intervention difficiles ?	OUI	<p>Envisagez d'inclure la distribution en milieu scolaire dans la stratégie.</p> <p>Des décisions devront être prises sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● les zones géographiques cibles ; ● les classes ciblées ; ● la stratégie de distribution. <p>Examinez les adaptations nécessaires des canaux aux contextes d'intervention difficiles comme énoncé dans les Recommandations opérationnelles de l'APP pour la distribution de MII dans des contextes d'intervention difficiles.</p>	
		NON	<p>Envisagez d'adapter les canaux aux contextes d'intervention difficiles, comme énoncé dans les Recommandations opérationnelles de l'APP pour la distribution de MII dans des contextes d'intervention difficiles.</p> <p>Envisagez la nécessité de mettre en place des canaux complémentaires pour répondre au contexte d'intervention difficile.</p>	

Distribution communautaire				
Analyse de la situation		Valeur	Source	Année
CB1	Estimation du nombre d'agents de santé communautaires (ASC) desservant les populations cibles (ou actifs dans les zones géographiques cibles)			
CB2	Pourcentage de communautés disposant d'ASC actifs (en %)			
CB3	Rapport entre le nombre d'ASC et le nombre de ménages <i>Le rapport entre le nombre d'ASC et la population peut être utilisé si le nombre de ménages n'est pas connu ou s'il est difficile de l'estimer pour ce groupe de population.</i>			
CB4	Portée des organisations de la société civile (OSC) <i>L'indicateur variera en fonction de la disponibilité des données sur les opérations des OSC. L'objectif est d'enregistrer une mesure de la couverture et/ou de la force de mise en œuvre des OSC ou d'autres structures communautaires qui pourraient potentiellement appuyer la distribution communautaire.</i>			
CB5	Pourcentage de ménages cibles avec ≥ 1 MII provenant de la distribution communautaire (en %)			
CB6	Couverture administrative (en %, d'après les données issues des rapports courants)			
Exigences minimales en matière de canaux				
Q16	Existe-t-il un réseau d'ASC fonctionnel desservant les populations ou actif dans les zones géographiques ciblées ?	OUI		Aller à la Q17
		NON		Aller à la Q17
Q17	Existe-t-il des systèmes ou des réseaux communautaires fonctionnels et fiables dans les zones géographiques cibles, avec de bons liens communautaires entre les groupes de population (par exemple, des groupes religieux, des organisations de la société civile) ?	OUI		Aller à CHECK
		NON		Aller à CHECK
CHECK	Existe-t-il un réseau d'ASC fonctionnel OU un système communautaire ? (Si Q16 = OUI OU Q17 = OUI)	OUI	Il s'agit d'une exigence minimale pour la distribution communautaire.	Aller à la Q18
		NON	Ne reprenez pas la distribution communautaire dans la stratégie.	Aller au canal suivant
Q18	Avez-vous la certitude que les agents de santé communautaires et/ou d'autres agents communautaires seraient en mesure de gérer la distribution des MII et les activités de communication de données, en plus de leurs activités actuelles (<i>voir remarque 1</i>) ?	OUI		Aller à la Q19
		NON	Ne reprenez pas la distribution communautaire dans la stratégie.	Aller au canal suivant
Q19	Avez-vous la certitude que le réseau des établissements de santé et/ou les réseaux communautaires seraient en mesure de gérer la logistique liée aux MII, notamment leur distribution aux ASC ou à d'autres agents de distribution au sein de la communauté (<i>voir remarque 2</i>) ?	OUI		Aller à la Q20
		NON	Ne reprenez pas la distribution communautaire dans la stratégie.	Aller au canal suivant
Q20	Avez-vous la certitude que le personnel des établissements de santé locaux et les responsables sanitaires de district seraient en	OUI	Envisagez d'inclure la distribution communautaire dans la stratégie.	Aller à la Q21

	mesure de surveiller de manière fiable les activités de distribution communautaire (<i>voir remarque 2</i>) ?		Des décisions devront être prises sur : <ul style="list-style-type: none"> • les zones géographiques cibles ; • les stratégies de distribution. 	
		NON	Ne reprenez pas la distribution communautaire dans la stratégie.	Aller au canal suivant
<p>Remarque 1 : Activités de distribution de MII et de leur suivi Les modèles de distribution communautaire peuvent offrir une grande souplesse pour s'adapter au contexte dans lequel ils s'inscrivent. La distribution peut s'effectuer, par exemple, au moyen de jetons électroniques et d'une orientation vers un point d'échange fixe, ou par livraison directe aux ménages. Les ASC ou autres agents communautaires pourraient se charger de diverses activités en fonction de leurs responsabilités actuelles. Au minimum, ils seraient chargés de vérifier l'éligibilité, de distribuer des coupons/produits de substitution et/ou des MII, et d'établir des rapports simples. Il convient d'évaluer les effectifs et la charge de travail, afin d'examiner les implications des activités de distribution de MII et de leur suivi.</p> <p>Remarque 2 : Logistique et activités de surveillance Le système de santé en place et/ou les réseaux administratifs, commerciaux ou communautaires locaux doivent disposer de ressources suffisantes pour jouer un rôle d'appui en servant de points de retrait des MII, en assurant le transport et en contrôlant les agents communautaires. Les réponses aux questions 16 et 17 seront probablement positives si des services de proximité sont déjà fournis à la communauté par des centres ou des postes de santé, ou si des organisations de la société civile sont déjà actives dans la promotion, la fourniture et/ou le suivi d'activités de santé ou de développement (il n'est pas nécessaire que ces activités soient liées au paludisme).</p>				
Q21	Les ASC et/ou les autres agents communautaires sont-ils en mesure de travailler en toute sécurité et de maintenir la communication en cas de conflit armé, d'insécurité, de déplacement de population et d'autres situations d'intervention difficiles ?	OUI	Envisagez d'inclure la distribution communautaire dans la stratégie. Examinez les adaptations appropriées des canaux aux contextes d'intervention difficiles, comme énoncé dans les <u>Recommandations opérationnelles de l'APP pour la distribution de MII dans des contextes d'intervention difficiles.</u>	
		NON	Envisagez d'adapter les canaux aux contextes d'intervention difficiles, comme énoncé dans les <u>Recommandations opérationnelles de l'APP pour la distribution de MII dans des contextes d'intervention difficiles.</u> Si la sécurité ne peut être assurée sur la base des recommandations, ne reprenez pas la distribution communautaire dans la stratégie.	

Secteur commercial				
Analyse de la situation ⁴		Valeur	Source	Année
CO1	Pourcentage de ménages cibles avec ≥1 moustiquaire(s) provenant du secteur commercial (en %) <i>Peut être obtenu par une analyse secondaire de l'enquête démographique et sanitaire, de l'enquête sur les indicateurs du paludisme ou d'autres données d'enquête ayant recueilli des données pertinentes sur les MII</i>			
CO2	Pourcentage des ménages cibles qui achètent des produits antimoustiques (spirales, diffuseurs à brancher, sprays, bâtons d'encens, etc.) (%)			
CO3	Estimation de la disposition à payer des consommateurs pour une MII de taille standard (en monnaie locale)			
CO4	Volume et valeur annuels des ventes de produits antimoustiques sur les marchés cibles			
CO5	Nombre de marques de MII présélectionnées et enregistrées pour la vente en gros et au détail dans le secteur privé			
CO6	Disponibilité des moustiquaires dans le secteur commercial (en % des points de vente au détail) sur les marchés cibles			
CO7	Disponibilité des MII dans le secteur commercial (en % des points de vente au détail) sur les marchés cibles			
CO8	Coût médian d'une MII de taille standard dans le secteur commercial (en monnaie locale)			
CO9	Estimation de la disposition à payer des consommateurs pour une MII de taille standard (en monnaie locale)			
Exigences minimales en matière de canaux				
Q22	Une partie de la population cible sera-t-elle disposée et en mesure d'acheter des MII ?	OUI		Aller à la Q23
		NON	N'incluez pas le secteur commercial dans la stratégie.	Fin
Q23	Existe-t-il un marché commercial pour les produits de lutte antivectorielle qui pourrait être soutenu, afin de développer et de commercialiser des MII ?	OUI	Envisagez d'inclure le secteur commercial comme canal dans la stratégie. Des décisions devront être prises sur : <ul style="list-style-type: none"> les types d'approches commerciales tenant compte de l'équité, par exemple le marketing social, y compris le recouvrement total et/ou partiel des coûts, la facilitation du marché, l'étude des possibilités de fabrication locale ; les ressources destinées à couvrir les frais de coordination, de communication, de démarrage, etc. ; le cadre réglementaire et les exigences en matière d'enregistrement des produits ; les coûts et la gestion financière. 	Fin

⁴ Les données sur les ventes de moustiquaires et de MII du secteur privé peuvent être indisponibles ou rares, en particulier dans les contextes où les ventes du secteur commercial n'ont jamais fait l'objet d'une étude ou d'un suivi. Les informations nécessaires pour remplir le champ CO1 peuvent être obtenues auprès de l'autorité réglementaire qui s'occupe des produits chimiques et des insecticides. En l'absence de données d'enquête existantes, les informations de référence pour les champs CO2 à CO4 peuvent être recueillies à partir d'enquêtes sommaires menées sur les principaux marchés formels et informels des zones urbaines. Les programmes de lutte contre le paludisme souhaitant explorer le secteur commercial des MII doivent prévoir une enquête formelle de référence sur le marché et les consommateurs lorsque ces informations n'existent pas encore.

		NON		Aller à la Q24
Q24	Existe-t-il un marché commercial pour d'autres produits qui pourrait être soutenu et préparé à la distribution de MII ?	OUI	<p>Envisagez d'inclure le secteur commercial comme canal dans la stratégie.</p> <p>Des mesures de soutien seront nécessaires pour préparer le marché (par exemple, la facilitation de transactions, l'aide à l'importation, l'assistance technique en matière de commercialisation et les subventions de soutien aux prix), et il faudra évaluer le retour sur investissement de cette approche par rapport à l'affectation des ressources à d'autres canaux.</p> <p>Des décisions devront être prises sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● un modèle d'engagement du secteur privé pour promouvoir le plan et créer une demande ; ● les types d'approches commerciales tenant compte de l'équité, par exemple le marketing social, y compris le recouvrement total et/ou partiel des coûts, la facilitation du marché, l'étude des possibilités de fabrication locale ; ● les ressources destinées à couvrir les frais de coordination, de communication, de démarrage, etc. ; ● le cadre réglementaire et les exigences en matière d'enregistrement des produits ; ● les coûts et la gestion financière. 	Fin
		NON	N'incluez pas le secteur commercial dans la stratégie.	Fin