



**BRUXELLES**

20-22 Mars 2018

**GENERAL MEMBERSHIP MEETING OF THE  
REPRODUCTIVE HEALTH SUPPLIES COALITION**

# **Le voyage vers l'auto-injection de DMPA-SC: Assurer que les voix et les choix des femmes sont entendus**



# 1- Evaluation initiale du marché: Objectifs de l'étude

Recueillir et analyser les avis des utilisatrices potentielles, des agents de santé, et des principales parties prenantes sur l'acceptabilité de l'auto-injection du DMPA-SC dans le secteur privé

## *Quelques objectifs spécifiques:*

- Fournir des renseignements sur les niveaux actuels de connaissances et les points de vue des utilisatrices potentielles et des prestataires sur le DMPA-SC
- Etudier l'acceptabilité de l'auto-injection chez les groupes cibles
- Identifier les principaux obstacles à l'adoption de l'auto-injection par les utilisatrices potentielles et les prestataires

# Evaluation initiale du marché: Méthodologie

Etude qualitative comprenant :

- Des entretiens approfondis avec des FAR, des personnes influentes sur les questions de la planification familiale et les agents de santé
- Des groupes de réflexions avec des maris, des FAR, des femmes âgées membres de la famille
- Des entretiens approfondis avec d'autres parties prenantes tels que les intervenants clés, les experts

# Evaluation initiale du marché: Résumé résultats

- Résultats similaires entre les 3 pays
- Résultats similaires avec le secteur public
  - En général, les professionnels, les clientes potentielles et les principaux influenceurs ont réagi positivement au potentiel des femmes à s'auto-injecter le DMPA-SC.
  - Même s'il existe des résistances à l'auto-injection

# Evaluation initiale du marché: Résumé résultats (suite)

## *Résistance à l'auto-injection*

- Manque d'expérience et de connaissance du DMPA-SC
- Sentiment que l'injection de patients est le travail d'un prestataire de soins de santé
- Sentiment que tous les prestataires ne sont eux-mêmes pas compétents pour administrer les injections
- Préoccupés par le défi de former efficacement les femmes à s'injecter elles-mêmes (en termes de temps et de ressources nécessaires et de difficulté à leur enseigner)
- Préoccupés de la capacité des femmes à s'auto-injecter en toute sécurité

## **En faveur de l'auto-injection**

- Bonnes connaissances et / ou expériences du DMPA-SC
- Sentiment que le DMPA-SC est facile à utiliser (au moins dans un établissement de santé)
- Sentiment positif sur les avantages de l'auto-injection pour la femme et la possibilité que cela encourage plus de femmes à utiliser la PF
- Expériences positives de l'auto-injection dans le cadre d'autres traitements (par exemple l'insuline pour les diabétiques)

# Evaluation initiale du marché: Barrières potentielles à l'adoption de l'auto-injection chez les clientes

## Capacité à conserver le produit de façon sûre

*« Ah ! Si le mari tombe par hasard sur le produit alors qu'il n'est pas consentant, vous voyez ce que cela peut engendrer comme tension » FAR Burkina Faso*

## Peur que cela fasse mal en comparaison à l'administration par un prestataire

*« Je ne suis pas agent de santé, est ce que je peux le faire ? Est-ce que ce n'est pas douloureux ? » FAR, Niger*

## Comprehension des aspects techniques de l'auto-injection

*« La femme doit d'abord observer comment on ouvre le produit, l'endroit où on introduit le produit, comment tenir le produit pour pouvoir injecter. » FAR, Niger*

## Respect de la date de reinjection

*« Il faut insister sur les dates de réinjections pour pallier aux grossesses indésirées, surtout avec les femmes illettrées, ce n'est très évident » FAR, Burkina Faso*

# Evaluation initiale du marché: Barrières potentielles à l'adoption de l'auto-injection chez les clientes (suite)

## Elimination sûre et discrete du dispositif utilisé

*Etre en mesure de se débarrasser de l'injectable utilisé dès que possible*

## Evaluation initiale du marché: *Préoccupations des prestataires par rapport à l'auto-injection*

### Capacité technique des femmes à apprendre à s'auto-injecter

*«Oui toutes les femmes peuvent l'utiliser mais il faudrait expliquer plus longuement aux illettrées le procédé. »  
Prestataire, Sénégal*

### Capacité des femmes à se souvenir de ce qu'elles ont appris et à s'injecter en toute sécurité à la maison

*« Mon inquiétude est que, est-ce que les femmes pourront introduire tout le produit dans leur organisme ? »  
Prestataire, Burkina Faso*

### Respect des normes d'hygiène

*« un de mes principaux soucis c'est l'asepsie, parce que si la femme s'auto-injecte dans un endroit mal nettoyé, elle risque de subir des conséquences délicates », (sage-femme, Sénégal).*



## Evaluation initiale du marché: *Préoccupations des prestataires par rapport à l'auto-injection (suite)*

### Capacité des femmes à se souvenir de leur prochaine dose

*« Avec la pression qui se matérialise par les tâches ménagères, professionnelles, entre autres, certaines femmes pourraient ne pas se rappeler la date de réinjection. C'est ce facteur oubli-là qui pourrait entraver une utilisation de Sayana Press normée. » Prestataire Sénégal*

### Risque que des femmes achètent clandestinement la méthode FP / sans l'avis d'un prestataire qualifié

*« J'ai peur qu'elles les achètent dans la rue au lieu des structures de santé. Ici c'est plus sûr, il y a des méthodes que les femmes achètent dans les rues et cela aussi constitue un véritable problème », Prestataire, Sénégal*

# Evaluation initiale du marché: Priorités pour la formation des femmes à l'auto-injection

i. Préférence pour les conseils par un expert, mais reconnaissance du rôle important des travailleurs communautaires

ii. Existence d'un potentiel pour l'appui entre pairs

*« Pour moi cela va plus arranger les jeunes filles ; si les filles connaissent ce produit ça va leur plaire, si elles maîtrisent la technique c'est bien, si une maîtrise bien la technique elle pourra la montrer à ses amies. Elles pourront le faire entre elles à l'insu des parents. » Prestataire, Burkina Faso*

## Evaluation initiale du marché: Priorités pour la formation des femmes à l'auto-injection (suite)

### iii. Comment se souvenir quand il est temps de prendre la prochaine dose

*« Quelqu'un qui a la volonté ne peut pas oublier son rendez-vous. Tu peux noter dans ton calendrier et suivre régulièrement. » FAR Burkina Faso*

- Pour les femmes avec un téléphone, les rappels par SMS et appels téléphoniques ont été perçus comme une bonne idée.
- Utilisation de méthodes traditionnelles de suivi comme les cailloux ou la date d'un événement clé.

*«Maintenant celle qui n'est pas allée à l'école, elle peut ramasser des cailloux comme les enfants et chaque jour que Dieu fait, elle les pose dans un coin de la maison jusqu' à ce que le rendez-vous arrive. Si elle a l'habitude d'aller vers ce côté, si elle voit les cailloux posés, elle ramasse et compte. » Prestataire, Burkina Faso*

# Evaluation initiale du marché: Priorités pour la formation des femmes à l'auto-injection (suite)

## iv. Utilisation de supports pour aider les femmes à se souvenir des étapes de l'auto-injection

Utile, mais jugé risqué pour les femmes qui souhaitent garder le secret.

*« La stratégie que je trouve pertinente dans ce cas de figure est l'envoi d'un documentaire sur son utilisation à travers les réseaux sociaux tels que WHATSAPP où la femme peut regarder en toute intimité en l'absence du mari et effacer immédiatement. »*

*Prestataire, Sénégal*

## Evaluation initiale du marché: Priorités pour la formation des femmes à l'auto-injection (suite)

### v. Que faire en cas de problèmes lors de l'auto-injection?

- Besoin des femmes d'être rassurées sur ce qu'elles doivent faire au cas où elles rencontreraient des problèmes lors de l'auto-injection.
- Préférence= parler au prestataire qu'elles ont vu à la 1ère injection
- Pratique= plusieurs options pour assurer un bon suivi (centre de contact MSI, contacts des prestataires, de la structure de santé la plus proche, etc.).

### vi. Que faire pour l'élimination du dispositif usagé?

*« La plus préférée des options est le fait de ramener les dispositifs déjà utilisés auprès des CSI [structures de santé] qui ont le moyen le plus sûr pour la récupération des déchets ou bien de les remettre aux équipes de terrain de MSI qui ont des boites de récupération mises à leur disposition à cet effet. » Prestataire, Niger*

---

## 2- Analyse situationnelle pharmacies: Objectif de l'étude et méthodologie

**Objectif:** Comprendre l'offre de méthodes de planification familiale (PF) dans les pharmacies dans deux communes de Dakar (Keur Massar et Parcelles) afin d'informer davantage les activités de MSI Sénégal avec les pharmacies.

**Méthodologie:** 36 pharmacies visitées entre le 9 et le 30 septembre 2017.

Deux outils utilisés:

### Un questionnaire individuel

*Pour savoir:*

- Connaissance des différentes méthodes contraceptives (en particulière les contraceptifs injectables) offertes dans la pharmacie
- Sources d'information et formation
- Attitudes par rapport aux contraceptifs

### Un questionnaire sur la prestation de services

*Pour savoir:*

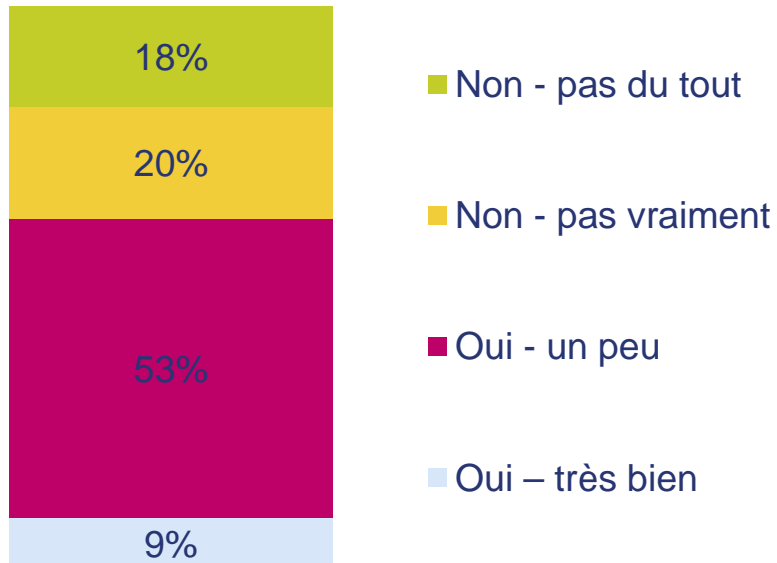
- La disponibilité et ventes des produits contraceptifs
- Les installations disponibles par rapport à l'offre de services PF

# Analyse situationnelle pharmacies: Niveau de connaissance du DMPA-SC (Securil Press) par les pharmaciens et vendeurs

- La majorité (53 %) d'entre ceux qui connaissent le produit a estimé qu'ils en avaient une connaissance limitée.
- Des questions supplémentaires ont révélé que la majorité des répondants n'était pas en mesure de décrire une différence clé entre les deux principales marques de contraceptifs injectables.
- **Seulement 14 % ont dit qu'ils ont reçu une formation sur le Securil Press.**

## Niveau de Connaissances du Securil Press

Base: Tous les répondants qui connaissent le Securil Press (43)



**14% dit avoir reçu une formation sur le Securil Press**

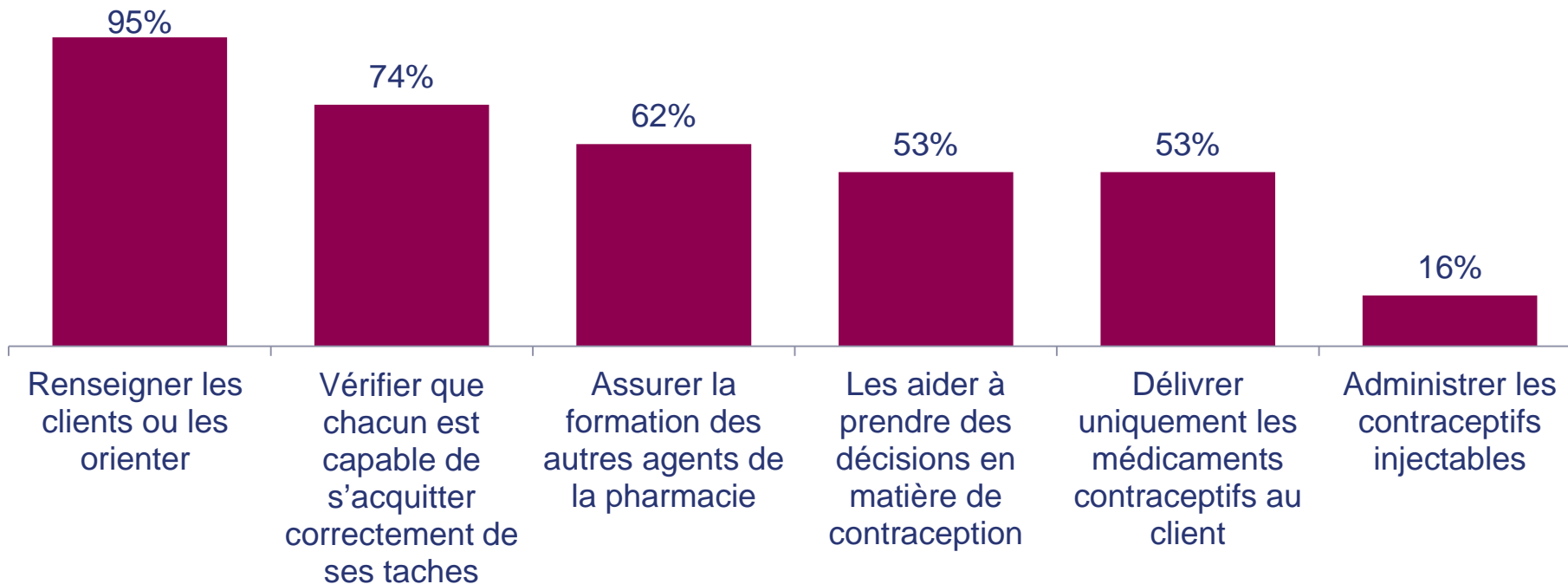


# Analyse situationnelle pharmacies: Besoins des clients des pharmacies

Alors que la majorité du personnel des pharmacies pense qu'elle est mesure de renseigner et orienter les clients par rapport à la PF, beaucoup moins disent qu'ils sont en mesure de les aider à prendre des décisions sur la PF.

## En mesure d'assumer pour satisfaire aux besoins des clients PF

Base: Tous les répondants du questionnaire individuel (58)

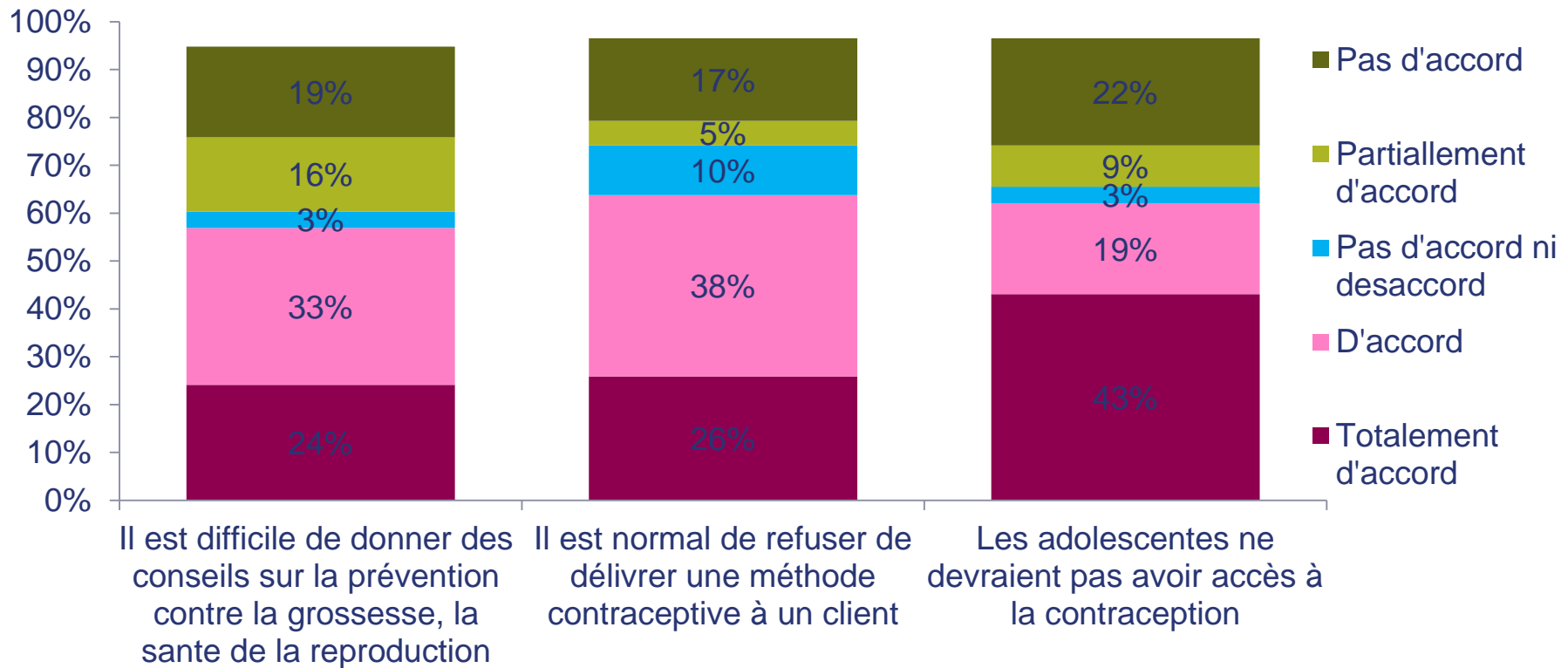




# 7- Analyse situationnelle pharmacies: Attitudes

## Attitudes sur la santé sexuelle et reproductive

Base: Tous les répondants du questionnaire individuel (58)



### 3- Recommandations: Evaluation initiale du marché

- Veiller à ce que toutes les activités sur l'auto-injection comprennent également un volet sensibilisation générale sur le DMPA-SC, car l'acceptabilité de l'auto-injection par les femmes et les prestataires de soins de santé semble liée à la connaissance et l'expérience par rapport au produit.
- Tirer parti des avantages clés reconnus de l'option d'auto-injection (temps / coûts économisés, discrétion, autonomie des femmes) pour aider à engager les femmes et les prestataires de santé.
- Mettre le focus lors de la formation à l'auto-injection sur des aspects tels que le stockage et l'élimination des contraceptifs injectables, comment se rappeler la date de réinjection, et sur la technique d'auto-injection afin de s'assurer que les femmes sont bien outillées pour se prendre en charge.
- Tenir compte à la fois des niveaux d'éducation et du choix de certaines femmes de garder la confidentialité pour le format des matériaux d'appui à l'auto-injection qui sont cruciaux

# Recommandations: Analyse situationnelle pharmacies

- Former les pharmaciens et le personnel des pharmacies en counseling PF afin qu'ils soient mieux en mesure de fournir des informations et de soutenir la prise de décision des clients sur la PF
- Former les pharmaciens et le personnel des pharmacies sur le DMPA-SC en insistant sur les différences et similitudes avec le Depo Provera afin qu'ils comprennent mieux les principaux produits injectables sur le marché
- Former les prescripteurs du secteur privé sur le DMPA-SC pour développer la compréhension du produit et encourager sa prescription.
- Fournir aux pharmaciens des supports pour appuyer les conseils aux clientes (flyers par méthode, choice kits, etc.) pour les aider à fournir des informations précises et fiables aux clients.
- Intégrer les marques du DMPA-SC en marketing social dans les activités de sensibilisation dans la communauté comme option pour les femmes qui ont les moyens de s'approvisionner en pharmacie.

*Merci de votre attention*

*Ce projet est financé par la Fondation Bill  
& Melinda Gates*