

RÉSUMÉ DES DONNÉES DES CLIENTS

PMA Agile/Koudougou, Burkina Faso



À PROPOS DE PMA AGILE



PMA Agile fait partie du projet Performance Monitoring for Action et a été conçu au niveau infranational (états, comtés ou villes). Il s'appuie sur la plateforme de suivi et d'évaluation de PMA et assure un suivi continu de la prestation et de l'utilisation des services de planification familiale à travers des enquêtes trimestrielles menées auprès des structures de santé publiques et privées, et semi-annuelles auprès des clients à la sortie de leurs consultations médicales. Une enquête téléphonique de suivi est menée avec les clientes de sexe féminin ayant accepté d'être recontactées quatre mois après leur entretien.

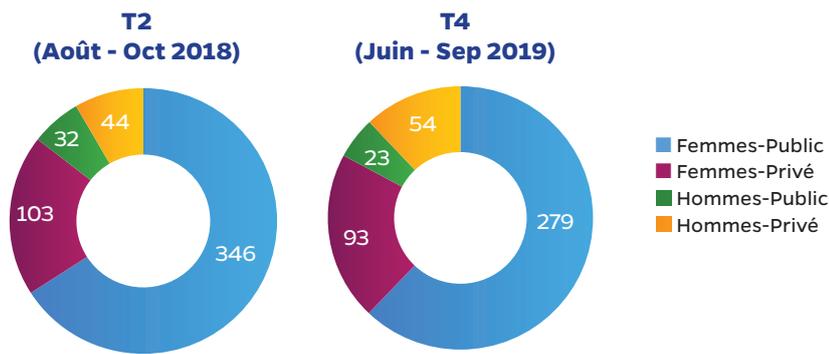
PMA Agile assure le suivi de deux sites au Burkina Faso, les villes de Ouagadougou et Koudougou, et est dirigé par l'Institut Supérieur des Sciences de la Population (ISSP) de l'Université Joseph Ki-Zerbo, en collaboration avec l'Institut Bill et Melinda Gates pour la Population et la Santé de la Reproduction à l'École de Santé Publique Bloomberg de l'Université de Johns Hopkins. Ce résumé couvre les enquêtes clients post-consultation (CEI) de base (T2 et T4), et les vagues subséquentes de suivi des clientes femmes conduites au T3 et T5 à Koudougou. **Les résultats complets de ces enquêtes sont disponibles sur pmapdata.org/technical-areas/pma-agile.** Le projet est financé par la Fondation Bill et Melinda Gates.



Résultats clés des enquêtes CEI des trimestres 2 à 5, à Koudougou

- À Koudougou, 449 client(e)s (372 femmes et 77 hommes) ont été interviewé(e)s dans les structures sanitaires sélectionnées du secteur public et privé au trimestre 4 (T4).
- Aux T2 et T4, la plupart des client(e)s sous contraception interviewé(e)s dans les structures publiques utilisaient l'injectable et l'implant. Quant aux client(e)s interviewé(e)s dans les structures privées, c'est le préservatif masculin qui constituait le plus souvent leur méthode contraceptive.
- Au T4, la plupart des femmes clientes de planification familiale (PF) ont déclaré avoir choisi leur méthode de PF elles-mêmes (61% des femmes interviewées dans les structures publiques et 71% dans celles privées).
- Plus de 75% des hommes interviewés ont déclaré avoir entendu des messages de PF à la radio lors des différentes vagues d'enquête.
- Les femmes interviewées à la fois dans les structures publiques et privées ont rapporté des niveaux de satisfaction relativement élevés concernant leurs services, bien que ces indicateurs de satisfaction étaient plus élevés chez les clientes interviewées dans les structures privées.
- Lors des interviews de suivi, 28% des clientes au T3 et 34% au T5 utilisaient toujours la méthode de contraception rapportée quatre mois plus tôt. Autant au T2 qu'au T4, légèrement plus d'un tiers des clientes qui n'utilisaient pas de méthode contraceptive lors de l'enquête de base n'avaient pas adopté de méthode au moment de l'enquête de suivi.

TAILLE DE L'ÉCHANTILLON DES CLIENT(E)S INTERVIEWÉ(E)S À KOUDOUGOU, PAR STRUCTURE PUBLIQUE/PRIVÉE ET PAR SEXE



À Koudougou, 449 clients (372 femmes et 77 hommes) ont été interviewés dans les structures sanitaires sélectionnées du secteur public et privé au T4. Plus de femmes que d'hommes ont été interviewées aux deux trimestres de l'enquête de base (86% des clients interviewés au T2 et 83% au T4).

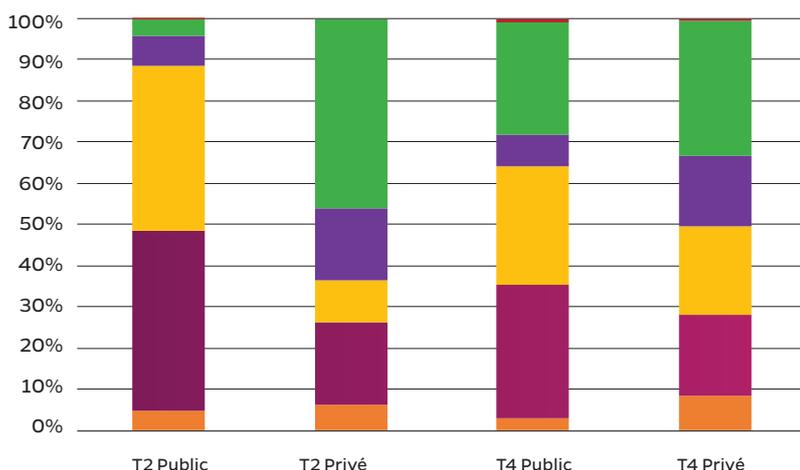
NIVEAU D'ÉTUDES DES ENQUÊTÉS COMPOSANT L'ÉCHANTILLON DES CLIENTS

Distribution en pourcentage des niveaux d'études des clients interviewés



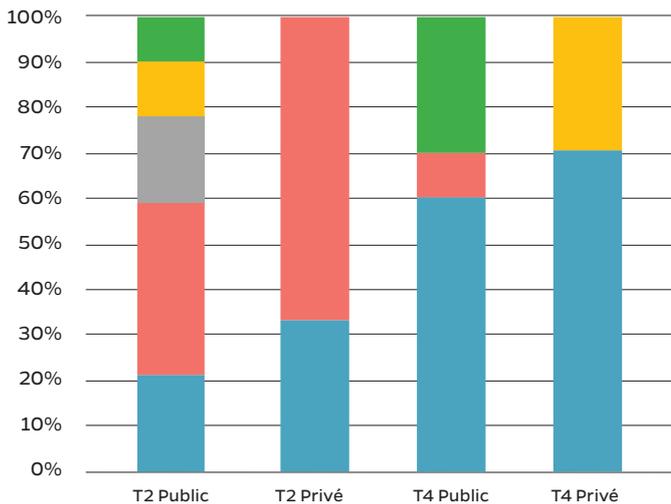
Les clientes interviewées dans les structures publiques tendaient à avoir un niveau d'études inférieur que celles accédant aux structures privées selon les données rapportées aux deux trimestres de l'enquête. Au T4, les clients hommes interviewés dans les structures publiques représentaient le sous-groupe de clients avec le plus haut niveau d'études, 52% ayant déclaré avoir un niveau d'études universitaire ou supérieur.

UTILISATION DES MÉTHODES DE CONTRACEPTION PAR LES CLIENTS ENQUÊTÉS



Au T2, la plupart des client(e)s sous contraception interviewé(e)s dans les structures publiques utilisaient l'injectable (44%) ou l'implant (40%). Au T4, l'injectable et l'implant continuaient d'être les méthodes les plus courantes, utilisées par 29% et 33% des client(e)s interviewé(e)s, respectivement. La méthode principale des client(e)s interviewé(e)s dans les structures privées lors des deux trimestres était le préservatif masculin (46% au T2 et 33% au T4).

DISTRIBUTION EN POURCENTAGE DES CLIENTES FEMMES DE LA PF RAPPORTANT QUI A CHOISI LEUR MÉTHODE DE CONTRACEPTION

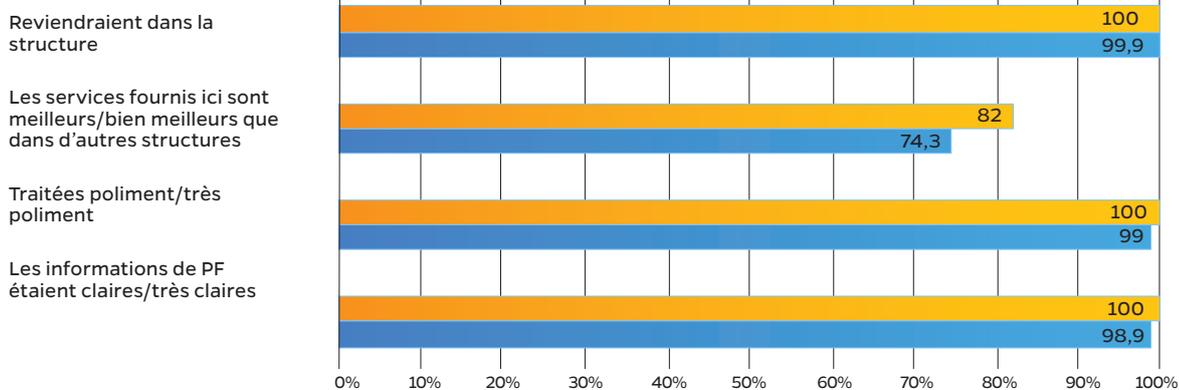


Les personnes impliquées dans la prise de décision de la méthode contraceptive des femmes clientes de PF ont changé significativement du T2 au T4. Au T4, la plupart des clientes interrogées, autant dans les structures publiques que privées, ont déclaré avoir choisi leur méthode contraceptive elles-mêmes (61% des femmes enquêtées dans les structures publiques et 71% dans le privé).

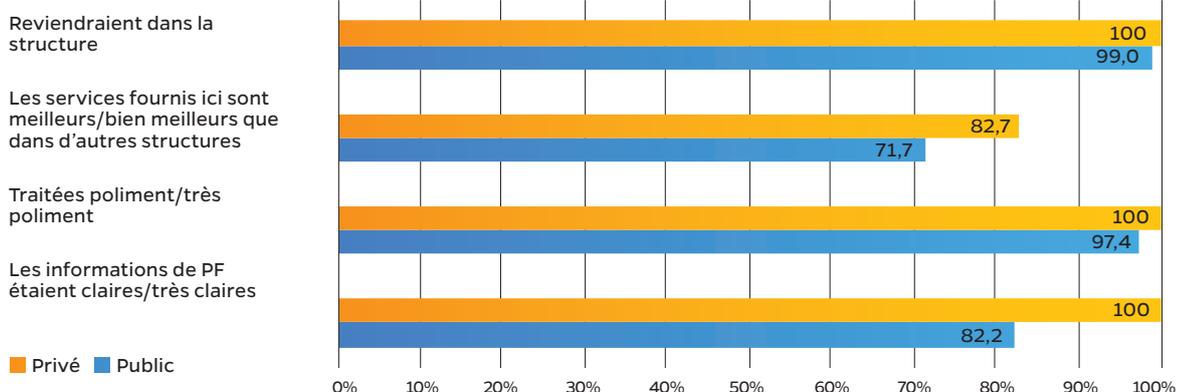
■ Femme enquêtée
 ■ Femme enquêtée et partenaire
 ■ Femme enquêtée avec prestataire
 ■ Femme enquêtée avec partenaire et prestataire
 ■ Partenaire/conjoint
 ■ Prestataire

INDICATEURS DE LA QUALITÉ DES SERVICES DE PF CHEZ LES CLIENTES FEMMES

T2



T4



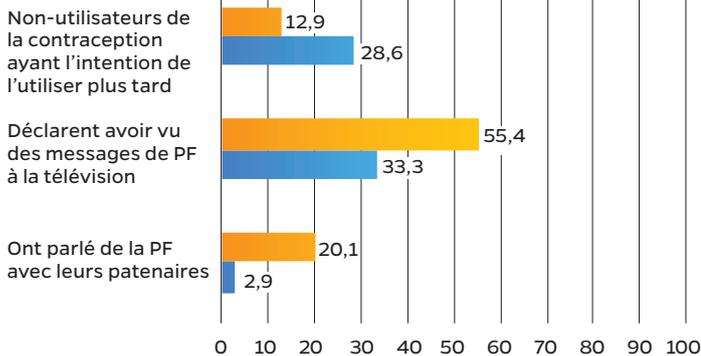
Les femmes interviewées à la fois dans les structures publiques et privées ont rapporté des niveaux relativement élevés de satisfaction concernant leurs services, lesquels comprennent la clarté des informations de PF, un traitement respectueux, une gamme de services satisfaisante, et tel qu'indiqué par leur volonté de revenir ou recommander la structure. Toutefois, ces indicateurs de satisfaction étaient plus élevés chez les clientes interrogées dans les structures privées. Le temps d'attente moyen pour obtenir des services de PF était plus élevé chez les client(e)s interviewé(e)s dans des structures publiques au T2 (33 vs. 25 minutes) et plus élevé dans les structures privées au T4 (48 vs. 25 minutes).

LA PLANIFICATION FAMILIALE CHEZ LES HOMMES

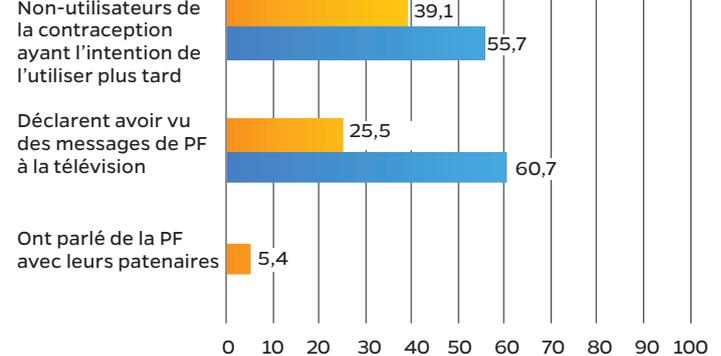
Pourcentage des clients hommes interviewés sur leurs comportements de PF

Privé Public

T2



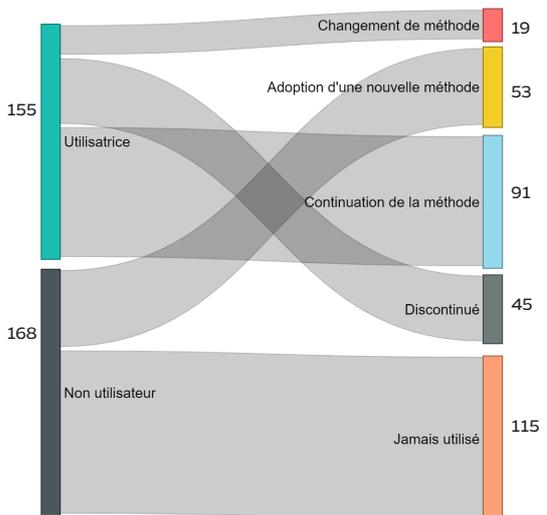
T4



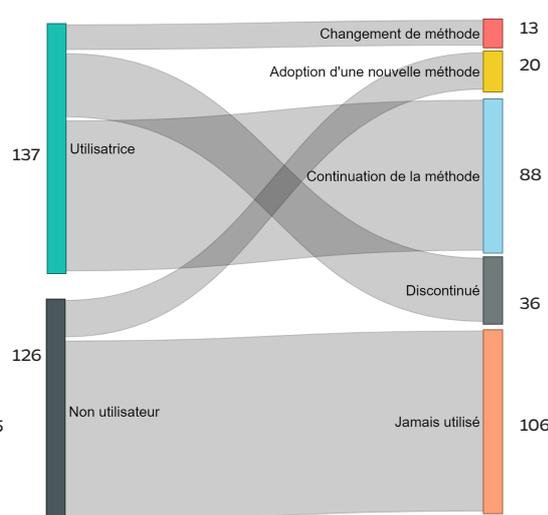
Le pourcentage d'hommes ayant déclaré avoir parlé de la PF avec leur partenaire a chuté entre le T2 et le T4 chez les clients des deux types de structure. L'exposition aux messages de PF à la télévision a augmenté entre le T2 et le T4 chez les hommes enquêtés dans les structures de santé publiques (de 33% à 61%) et a baissé dans les structures privées (de 55% à 26%). Du T2 au T4, le pourcentage d'hommes n'utilisant pas la contraception mais déclarant avoir l'intention de le faire plus tard a presque doublé, voire plus que doublé, dans les deux types de structures.

CHANGEMENTS DE L'UTILISATION CONTRACEPTIVE

Changement de l'utilisation contraceptive entre l'enquête de base au T2 et l'enquête de suivi au T3



Changement de l'utilisation contraceptive entre l'enquête de base au T4 et l'enquête de suivi au T5



Le changement du statut contraceptif des femmes suivies au T3 et T5 suit une courbe similaire. Lors des interviews de suivi, 28% des clientes au T3 et 34% au T5 utilisaient toujours la méthode déclarée quatre mois plus tôt. Moins de 6% avaient changé de méthode et 14% avaient arrêté d'utiliser la contraception lors des deux trimestres de suivi. Moins de clientes ont déclaré avoir commencé à utiliser une méthode au T5 (8%) qu'au T3 (16%). Parmi les femmes qui ont arrêté d'utiliser la contraception, la raison la plus fréquente qu'elles ont donnée pour l'arrêt était qu'elles voulaient tomber enceintes (43% au T3 et 69% au T5).

ÉCHANTILLON DE PMA AGILE

PMA Agile utilise des méthodes d'échantillonnage aléatoire simple pour sélectionner les sites de prestation de santé (SPS) publics et privés à partir de listes de référence émises par les structures sanitaires agréées, stratifiées par type de structure. Pour chaque géographie, jusqu'à 220 SPS sont échantillonnés. L'échantillon cible est de 100 structures sanitaires publiques et 100 privées, permettant un taux de non-participation de 10%. Les données des SPS sont pondérées de manière à être statistiquement représentatives de la géographie enquêtée. Nos enquêteurs rendent visite au même panel de SPS tous les trimestres pour mener un entretien de suivi, et les pondérations sont réajustées si nécessaire.

Un trimestre sur deux, une enquête auprès des clients est conduite en sélectionnant systématiquement 10 clients par structure, soit des hommes et des femmes en âge de procréer. L'échantillon cible est d'environ 1500 à 2000 clients. Les données des clients pour un SPS donné sont pondérées par la probabilité de sélection du client, en fonction du volume de client(e)s quotidien moyen du SPS et de l'intervalle d'échantillonnage des clients. Les données des clients sont ensuite pondérées par la probabilité de sélection du SPS. Les clientes de sexe féminin sont sollicitées pour être recontactées par téléphone environ quatre mois plus tard, afin de leur poser des questions sur leur utilisation continue de la contraception et leur satisfaction des services reçus.

Citation suggérée : Institut Supérieur des Sciences de la Population (ISSP) du Burkina Faso, Université Joseph Ki-Zerbo, et Institut Bill et Melinda Gates pour la Population et la Santé de la Reproduction à l'École de Santé Publique Bloomberg de l'Université de Johns Hopkins. Enquête trimestrielle de Performance Monitoring and Accountability Agile (PMA Agile) 2018-2020. Ouagadougou, Burkina Faso et Baltimore, Maryland, USA. www.pmadata.org/technical-areas/pma-agile.