

# RÉSUMÉ DES DONNÉES DES CLIENTS

## PMA Agile/Ouagadougou, 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.

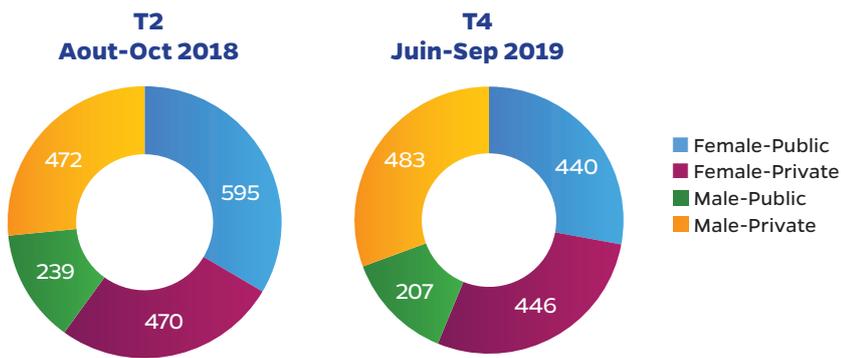
PMA Agile assure le suivi de deux sites au Burkina Faso, les villes de Ouagadougou et Koudougou, et est dirigé par l'Institut Supérieur des Sciences de la Population (ISSP) de l'Université Joseph Ki-Zerbo, en collaboration avec l'Institut Bill et Melinda Gates pour la Population et la Santé de la Reproduction 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 Ouagadougou. **Les résultats complets de ces enquêtes sont disponibles sur [pma-data.org/technical-areas/pma-agile](https://pma-data.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 Ouagadougou

- À Ouagadougou, 1576 client(e)s (886 femmes et 690 hommes) ont été interviewé(e)s dans les structures de santé sélectionnées du secteur public et privé au trimestre 4 (T4).
- Au T4, plus de la moitié de tous les client(e)s interviewé(e)s avaient un niveau d'étude secondaire ou supérieur. Les hommes interviewés dans les structures publiques constituaient le sous-groupe avec le plus haut niveau d'études à tous les trimestres de l'enquête.
- La composition de l'utilisation des méthodes contraceptives des client(e)s était relativement similaire dans le public et le privé au T4, avec la plupart des client(e)s utilisant le préservatif, suivi de l'implant.
- Un plus grand pourcentage de femmes clientes de la PF ont déclaré avoir choisi leur méthode de PF elles-mêmes lors des deux trimestres de l'enquête et dans les deux types de structure sanitaire, par opposition à une prise de décision conjointe avec leur partenaire ou prestataire.
- Du T2 au T4, le pourcentage des femmes clientes de la PF âgées de 25-34 ans et 35 ans et plus ayant été informées des effets secondaires lors de leur consultation a augmenté (54-74% et 37-79%, respectivement), tandis qu'il a légèrement baissé chez les jeunes clientes de 18 à 24 ans (34-28%).
- Les femmes interviewées dans les structures publiques et privées ont rapporté des niveaux relativement élevés de satisfaction concernant leurs services.
- Moins d'un quart des clients hommes ayant déclaré ne pas utiliser la PF aux deux trimestres de l'enquête ont déclaré avoir l'intention d'utiliser une méthode plus tard.
- Lors des interviews de suivi, 27% des femmes au T3 et 36% au T5 utilisaient toujours la méthode de contraception déclarée quatre mois plus tôt. Moins de 10% avaient changé de méthode, et 19% avaient arrêté d'utiliser la contraception lors des deux enquêtes de suivi.

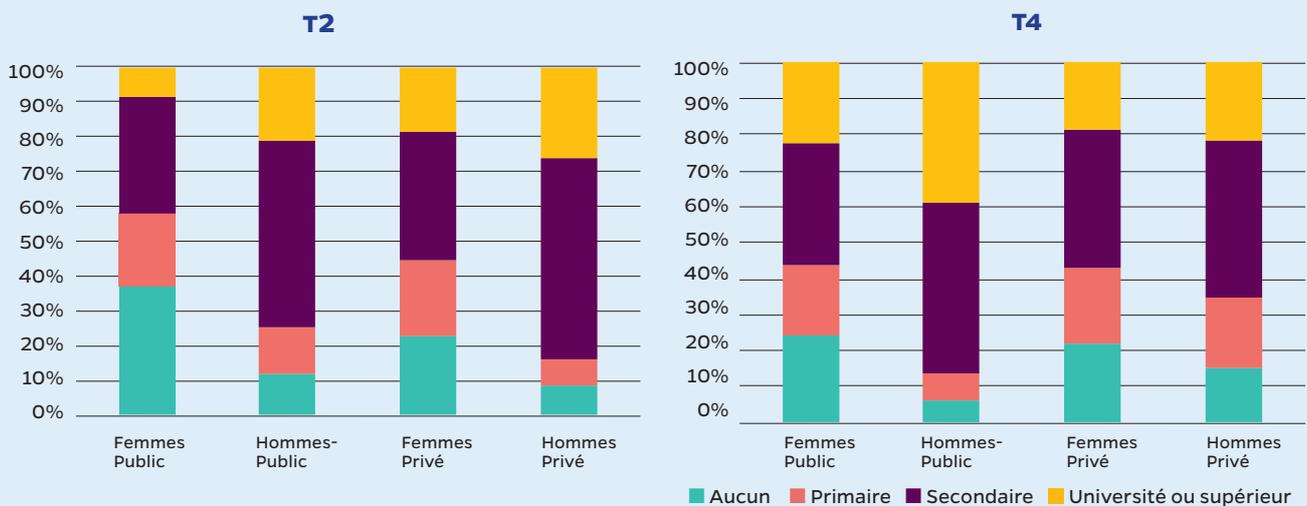
## TAILLE DE L'ÉCHANTILLON DES CLIENT(E)S INTERVIEWÉ(E)S À OUAGADOUGOU, PAR STRUCTURE PUBLIQUE/PRIVÉE ET PAR SEXE



A Ouagadougou, 1576 client(e)s (886 femmes et 690 hommes) ont été interviewé(e)s dans les structures sélectionnées du secteur public et privé au T4. Le ratio hommes/femmes de l'échantillon était similaire au T2 et T4, avec plus d'hommes interviewés dans les structures privées que publiques aux deux trimestres.

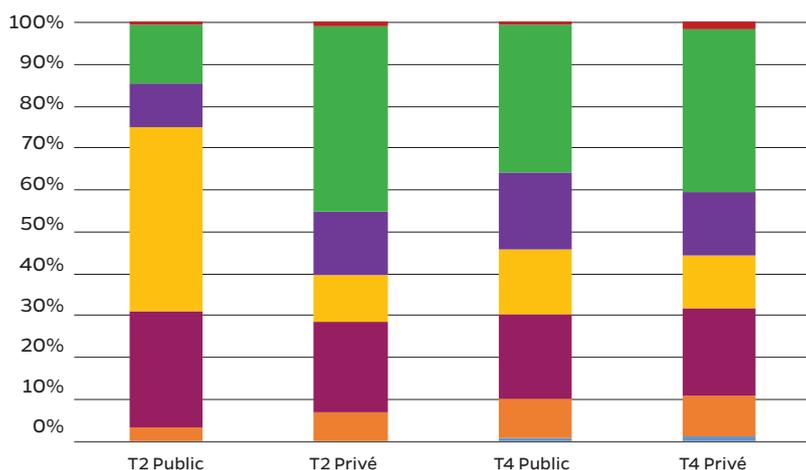
## NIVEAU D'ÉTUDES DES ENQUÊTÉS COMPOSANT L'ÉCHANTILLON DES CLIENTS

Distribution en pourcentage des niveaux d'études des clients interviewés



Les clientes des structures publiques tendaient à avoir un niveau d'étude inférieur à celles accédant aux structures privées au T2, et des niveaux d'études similaires ont été observés au T4. Les clients hommes interviewés dans les structures publiques ont rapporté des niveaux d'études plus élevés au T4.

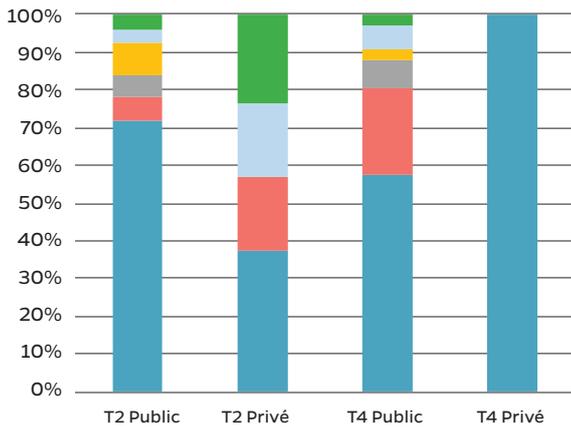
## UTILISATION DES MÉTHODES DE CONTRACEPTION PAR LES CLIENTS ENQUÊTÉS



Au T2, la composition de l'utilisation des méthodes par les client(e)s variait selon le type de structure sanitaire : 44% des client(e)s enquêté(e)s dans les structures publiques utilisaient l'injectable, tandis que 44% interviewé(e)s dans le secteur privé utilisaient le préservatif masculin. Au T4, la composition de l'utilisation des méthodes était relativement similaire chez les client(e)s enquêté(e)s dans les deux types de structure.

- Stérilisation
- DIU
- Implant
- Injectable
- Pilule
- Préservatif masculin
- Autre

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



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

Un plus grand pourcentage de femmes clientes de la PF ont déclaré avoir choisi leur méthode de PF elles-mêmes lors des deux trimestres de l'enquête et dans les deux types de structure ; au T4, toutes les femmes interviewées dans les structures privées ont déclaré avoir choisi leur méthode elle-même, comparé à 38% au T2. Au T4, 23% des femmes enquêtées dans les structures publiques ont déclaré prendre cette décision avec leur partenaire.

## POURCENTAGE DE FEMMES CLIENTES DE LA PF AYANT RECU DES INFORMATIONS LORS DE LEUR CONSULTATION LE JOUR DE L'ENQUÊTE SUR LES EFFETS SECONDAIRES ET QUAND REVENIR POUR UNE VISITE DE SUIVI, PAR ÂGE ET PAR TRIMESTRE

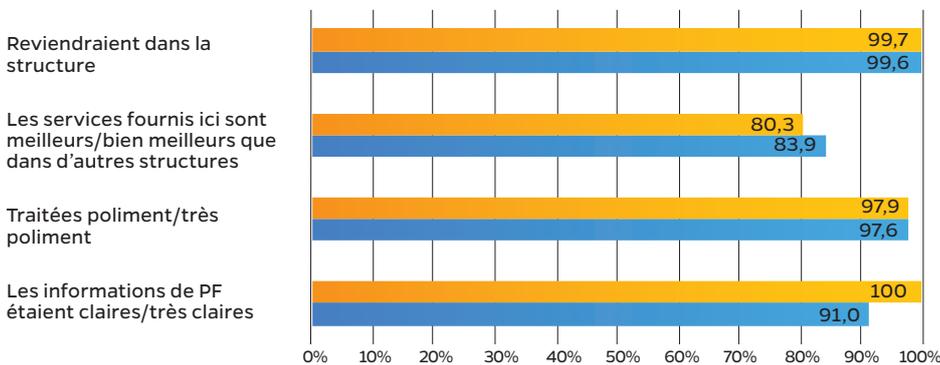
Parmi les structures publiques et privées

Tranche d'âge	Effets Secondaires		Suivi	
	T2	T4	T2	T4
18-24	33,8%	27,6%	88,5%	61,7%
25-34	53,6%	74,0%	97,5%	89,1%
35+	37,3%	78,9%	85,6%	88,3%

Du T2 au T4, le pourcentage des femmes clientes de la PF âgées de 25 ans et plus ayant été informées des effets secondaires a augmenté, tandis qu'il a légèrement baissé chez les jeunes clientes de 18 à 24 ans. Plus de 85% des femmes de toutes les tranches d'âge enquêtées au T2 ont été informées sur quand revenir pour leur visite de suivi; ce pourcentage s'est réduit à 62% chez les 18-24 ans et à 89% de 98% chez 25-34 ans au T4. Aux deux trimestres, les clientes de 25-34 ans avaient plus de chances d'avoir été informées sur quand revenir pour leur visite de suivi.

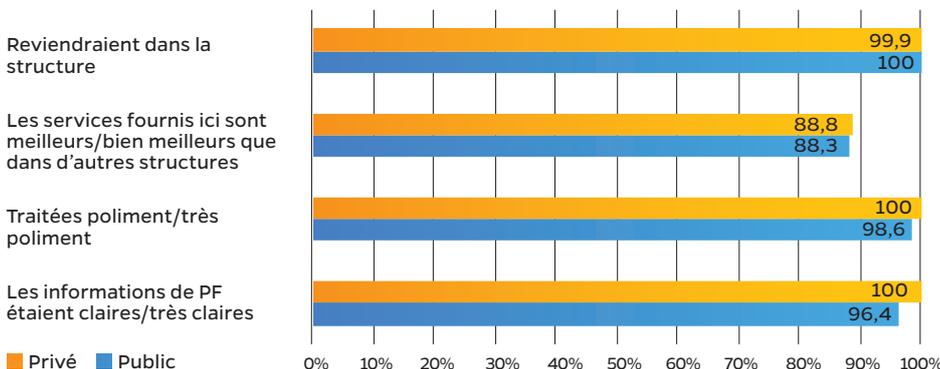
## INDICATEURS DE LA QUALITÉ DES SERVICES DE PF CHEZ LES CLIENTES FEMMES

T2



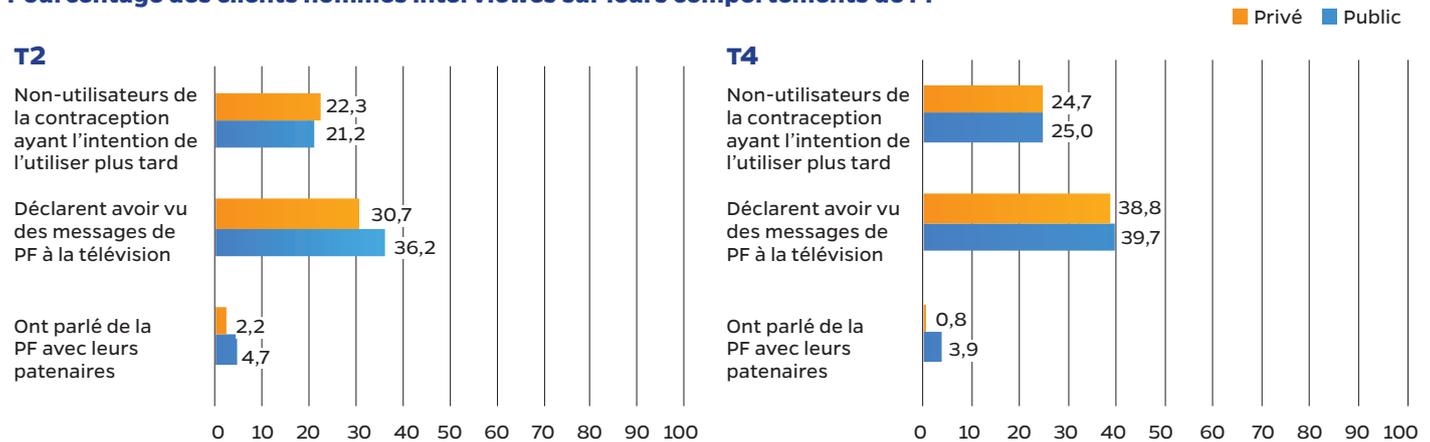
Les femmes interviewées à la fois dans les structures publiques et privées ont rapporté des niveaux relativement élevés de satisfaction concernant leurs services, lesquels comprennent la clarté des informations de PF, un traitement respectueux, une gamme des services satisfaisante, et tel qu'indiqué par leur volonté de retourner ou de recommander la structure de santé. Les réponses positives pour ces indicateurs ont augmenté entre le T2 et le T4 chez les client(e)s enquêté(e)s dans les deux types de structure. Le temps d'attente moyen pour les services de PF était plus élevé chez les client(e)s des structures publiques que dans le privé, et ce autant au T2 (42,6 vs. 3,4 minutes) qu'au T4 (34 vs. 7,1 minutes).

T4



## LA PLANIFICATION FAMILIALE CHEZ LES HOMMES

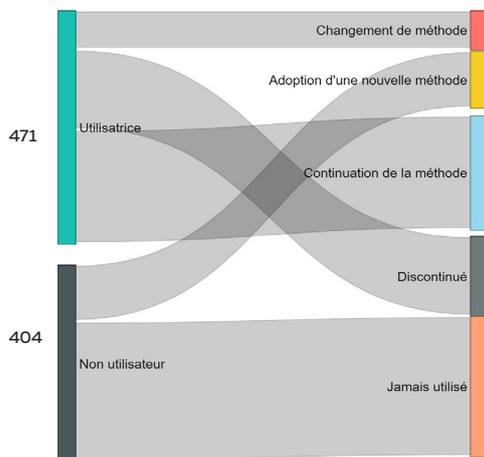
### Pourcentage des clients hommes interviewés sur leurs comportements de PF



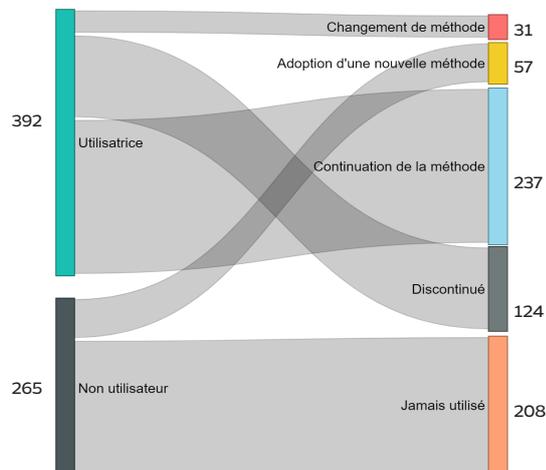
Moins de 5% des clients hommes enquêtés dans les structures sanitaires publiques et privées ont déclaré avoir parlé de la PF avec leur partenaire aux deux trimestres de l'enquête. L'exposition aux messages de PF à la télévision a augmenté chez les clients hommes entre le T2 et le T4 dans les deux types de structure. Moins d'un quart de clients hommes ayant déclaré ne pas utiliser la PF lors de ces deux trimestres d'enquête ont exprimé leur intention d'utiliser une méthode plus tard.

## 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, 27% des clientes au T3 et 36% au T5 utilisaient toujours la méthode déclarée quatre mois plus tôt. Moins de 10% avaient changé de méthode et 19% 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 (9%) qu'au T3 (13%). Parmi les femmes qui ont arrêté d'utiliser la contraception, les raisons les plus fréquentes qu'elles ont données pour l'arrêt était qu'elles voulaient tomber enceintes (43% au T3 et 69% au T5) ou préoccupations de santé (14% au T3 et 17% 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](http://www.pmadata.org/technical-areas/pma-agile).