

Programme Santé USAID Sénégal 2011 - 2016

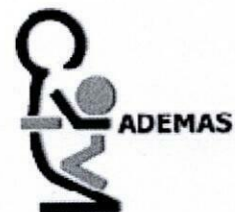
Composante Communication et Promotion de la Santé

Rapport annuel d'activités
Janvier - Mars 2015

Version 20 /04/ 2015



USAID | SENEGAL
FROM THE AMERICAN PEOPLE



Préparé par ADEMAs
Lot N°112 Sacré Coeur Pyrotechnie
Financé par l'USAID
BP 17 603 Dakar-Liberté
Tel: 33 865.01.88 / Fax: 33824.20.90
E-mail: ademas@ademas.sn
En collaboration avec PSI et CEFORP

Sommaire

I.	APERCU DU PROJET.....	5
I.1.	Tableau Synoptique.....	5
I.2.	Description du Projet/Introduction.....	5
II.	RESUME EXECUTIF DU RAPPORT TRIMESTRIEL.....	6
III.	REALISATIONS DU TRIMESTRE.....	8
III.1.	Progrès sur les Défis Identifiés lors du Précédent Trimestre.....	8
III.2.	Réalisations du Trimestre par Sous-composante.....	8
III.2.1.	Sous Composante 1 : Renforcement des Capacités pour l'Exécution de Programmes Efficaces de CCC 8	
III.2.1.1.	Résultats.....	8
III.2.1.2.	Analyse.....	9
III.2.1.3.	Défis, Opportunités et Perspectives.....	9
III.2.2.	Sous Composante 2 : Exécution d'Activités CCC de Qualité pour l'adoption de comportements sains et une utilisation accrue des services de santé.....	9
III.2.2.1.	Résultats.....	9
III.2.2.2.	Analyse.....	10
III.2.2.3.	Défis, Opportunités et Perspectives.....	12
III.2.3.	Sous Composante 3 : Capacités des Acteurs Clefs renforcées pour mener le plaidoyer de l'engagement politique et social en faveur des programmes de santé.....	13
III.2.3.1.	Résultats.....	13
III.2.3.2.	Analyse.....	13
III.2.3.3.	Défis, Opportunités & Perspectives.....	13
III.2.4.	Sous-Composante 4 : Marketing Social des Principaux Produits de Santé.....	14
III.2.4.1.	Résultats.....	14
III.2.4.2.	Analyse.....	15
III.2.4.3.	Suivi Evaluation et Recherche.....	16
III.2.4.4.	Résultats.....	16
	Recherche Quantitative.....	16
III.2.4.5.	Analyse.....	17
III.2.4.6.	Défis, Opportunités & Perspectives.....	18
III.2.5.	Sous-Composante 5 : Renforcement institutionnel.....	18
III.2.5.1.	Résultats.....	18
III.2.5.2.	Analyse.....	19
III.2.5.3.	Défis, Opportunités & Perspectives.....	22
IV.	Questions Transversales.....	23
IV.1.	L'Intégration de la Dimension Genre.....	23
IV.2.	Réglementation relative à l'Environnement.....	23
IV.3.	Législation et les Exigences Règlementaires en planning familial.....	23
IV.4.	Leçons Apprises.....	23
IV.5.	Principales Activités Prévues Pour le Trimestre Prochain.....	23
V.	Gestion -Administration – Finance.....	23

LISTE DES AVREVIATIONS

ADEMAS	Agence pour le Développement du Marketing Social
BREIPS	Bureau Régional de l'Éducation et de l'Information pour la Santé
CA	Conseil d'Administration
CAP	Couple-Année-Protection
CCC	Communication pour le Changement de Comportement
CEFOREP	Centre Régional de Formation et de Recherche en Santé Reproductive
CIP	Communication Interpersonnelle
COP	Chef d'Equipe
COUS	Centre des opérations d'urgence
DA	Direction de l'Assainissement
DALY	Disability Adjusted Life Year (années de vie perdues du fait de décès ou de maladie)
DCOP	Chef d'Equipe Adjoint
DE	Direction Exécutive
DLSI	Division de Lutte Contre SIDA et les IST
DLM	Division de Lutte Contre la Maladie
DS	District Sanitaire
DSRSE	Division de la Santé de la Reproduction et survie de l'enfant
EIPS	Agents de l'Éducation et de l'Information pour la Santé
ECD	Equipe Cadre de District
FoQus	Guide de recherche qualitative en Marketing Social
GIS	Système d'Information Géographique
JSE	Journées sur la Survie de l'Enfant
MAP	Mesure de l'Accès et de la Performance
MII	Moustiquaires Imprégnées d'Insecticide
MILDA	Moustiquaires Imprégnées d'Insecticide à Longue Durée d'Action
MCD	Médecin Chef de District
MOU	Mémoire d'entente
MSAS	Ministère de la Santé et de l'Action Sociale
OCB	Organisation Communautaire de Base
ONG	Organisation Non-Gouvernementale
PAP	Processus d'Amélioration de la Performance
PCPS	Partenariat pour la Communication et la Promotion de la Santé
PF	Planification Familiale
PNLP	Programme National de Lutte contre le Paludisme
PNT	Programme National de Lutte contre la Tuberculose
PPP	Partenariat Public Privé
PSRSE	Promotion de la Santé de la Reproduction et de la Survie de l'Enfant
PSI	Population Services International
PTA	Plan de Travail Annuel
UNFPA	Fonds des Nations Unies pour la Population
SIDA	Syndrome de l'Immuno-Déficience Acquise
SMNI	Santé maternelle néonatale et infantile
SNEIPS	Service National de l'Éducation et de l'Information Pour la Santé
SR	Santé de la Reproduction
TRaC	Enquêtes de Mesure Continue des Résultats
TPI	Traitement Préventif Intermittent
UNICEF	Fonds des Nations Unies pour l'Enfance

USAID
VIH
AMCOW

Agence Américaine pour le Développement International
Virus de l'Immunodéficience Humaine
Conseil des Ministres Africains chargés de l'Eau

I. APERCU DU PROJET

I.1. Tableau Synoptique

Nom de la Composante:	Communication et promotion de la santé
Dates Effectives du Projet :	1er mars 2012 - 30 Septembre 2016
Nom du Partenaire d'Exécution:	Agence pour le Développement du Marketing Social ADEMAS
Accord de Coopération Numéro:	Coop. Agreement N° USAID 685.A.12.0002
Nom de l'AOR :	Mme Anne Khadidiatou Aw
Nom des Sous contractants ou Membres du Consortium:	Population Services International PSI CEFOREP
Couverture Géographique (par régions)	National
Période du Rapport:	Janvier-Mars 2015

I.2. Description du Projet/Introduction

La Composante Communication et Promotion de la Santé s'inscrit dans le cadre de l'exécution du Programme Santé de l'USAID (2011 – 2016), dont le but est de contribuer à améliorer la situation sanitaire des populations du Sénégal.

L'exécution a été confiée à l'Agence pour le Développement du Marketing Social (ADEMAS), en collaboration avec Population Services International (PSI) et le Centre Régional de Formation et de Recherche en Santé Reproductive (CEFOREP).

La mission de cette composante est d'appuyer le Ministère de la Santé et de l'Action Sociale (MSAS), les autres organisations privées et la société civile, à travers des activités de plaidoyer, de communication pour un changement de comportement (CCC) et de marketing social afin d'encourager l'adoption de comportements durables et favorables à la santé par tout un chacun, au niveau des ménages et des communautés.

La Composante CPS intervient au niveau national dans toutes les 14 régions du Sénégal avec comme principaux domaines d'interventions: la Santé Maternelle et Planification Familiale, le Paludisme, la Survie de l'Enfant, la Nutrition, l'Eau, l'Hygiène et l'Assainissement, le VIH/SIDA et la Tuberculose.

La Composante CPS travaille en étroite collaboration avec les services du MSAS, en particulier, le Service National de l'Education et de l'Information pour la Santé (SNEIPS), en tant qu'instance du ministère en charge de la coordination de toutes les interventions CCC et de promotion de la santé en général. La Composante CPS travaille aussi avec la DSRSE, la DLM, le PNLP, le PNT, entres autres, afin de mieux répondre à leurs besoins. Elle collabore aussi avec les autres composantes du Programme Santé de l'USAID ainsi les autres programmes de l'USAID et les partenaires au développement.

II. RESUME EXECUTIF DU RAPPORT TRIMESTRIEL

Ce trimestre a été mis à profit pour échanger, autour de la DSRSE et du SNEIPS, avec les partenaires sur les orientations pour la seconde phase de la campagne de communication sur la PF. Sous l'égide de la DSRSE et avec les partenaires (UNICEF, CLM, OMS), le processus de mise en œuvre de la campagne AME a été repris.

Le chronogramme pour la conception d'un feuilleton Tv suivant l'approche SABIDO qui prend en charge les thèmes prioritaires de santé est en train d'être déroulé.

Dans le cadre de la Synergie avec d'autres Composantes du programme Santé de l'USAID, une rencontre a été facilitée par le Bureau Régional de Kaolack entre ADEMAS & ChildFund en présence de la région médicale et des trois EIPS des districts.

X Dans les activités de communication interpersonnelles (CIP), 83 % des thèmes abordés sont portés sur la PF et 21 967 personnes ont été touchées dont 25% sont des hommes ; soit 2% de plus que le trimestre précédent.

X Conformément aux recommandations du diagnostic institutionnel et de son volet ressources humaines et du plan de renforcement des capacités du SNEIPS, 6 agents ont bénéficié de formations susceptibles de contribuer à l'atteinte des objectifs du plan de renforcement du service. Un atelier de validation du plan de promotion de la santé a été tenu pour le partage du projet de Plan stratégique national de promotion de la santé.

Le guide de supervision du SNEIPS a été également validé lors d'un atelier qui a vu la participation des acteurs des différents niveaux.

La gestion des ressources financières pour la mise œuvre du plan d'action ADEMAS/SNEIPS est effective depuis janvier 2015.

Pour le Volet Partenariat Public Privé (PPP), deux accords de principes ont été trouvés avec le groupe Futur Média (GFM) et l'office des forages Ruraux (OFOR). De nouvelles pistes sont explorées avec TIGO et la fondation Total & RIA et la BNDE.

Les sorties trimestrielles des préservatifs Fagaru et Protec s'élèvent à **1 252 084** unités, soit **51%** de l'objectif trimestriel (**2 469 989** unités de préservatifs) et **43% de plus** par rapport au trimestre précédent (**876 912 unités de préservatifs**). Les sorties de Securil s'élèvent à **184 464 plaquettes**, soit un taux de réalisation de **plus 43%** par rapport à l'objectif trimestriel (**129 060 plaquettes**). Les sorties de Depo-Provera s'élèvent à **4 572 seringues**, soit un taux de **67%** de l'objectif trimestriel (**6 857 seringues**) et **42%** de plus par rapport au trimestre précédent (**3 227 seringues**). Les sorties du produit de traitement d'eau Aquatabs s'élèvent pour ce trimestre à **80 900 comprimés** représentant un taux de réalisation de **18%** de l'objectif trimestriel (**496 491 comprimés**), et **51%** par rapport au trimestre précédent (**160 000 comprimés**). Concernant les moustiquaires imprégnées Milda un total de 27 445 unités ont été distribuées soit un taux de réalisation de l'objectif de 48 % et à 65 % du trimestre précédent (42 125 unités).

Le lancement de l'injectable Securil Press a été un franc succès, salué par tous les partenaires. Le renforcement de capacités des pharmaciens privés, maillons importants dans la distribution a démarré avec des régions de Ziguinchor et de Kaolack durant ce trimestre.

X La finalisation et l'utilisation de la nouvelle charte graphique va permettre une meilleure maîtrise de notre image institutionnelle et celle de nos marques.

Le lancement de la campagne Fagaru a été reporté en attente de la validation du spot radio par les partenaires la DSR/SE et le PNLS.

Le Directeur de Recherche a organisé une séance de travail avec le nouveau point focal M&E de l'équipe Santé de l'USAID en présence de l'AOR pour lui présenter le système de suivi et de contrôle qualité des données. Le Protocole de Recherche AME a été finalisé et partagé avec les partenaires. Cette étude est une des étapes de la préparation de la campagne de communication sur l'AME. L'évaluation des deux campagnes sur la MILDA (Utilisation et Achat) est en cours.

La Direction Exécutive de ADEMAS a organisé la deuxième séance de renforcement des capacités et team building en leadership transformationnel avec l'appui du cabinet Girafe. Conformément au Plan stratégique et

notamment dans son volet mobilisation des ressources le Conseiller Technique a coordonné plusieurs propositions techniques relatives à 3 manifestations d'intérêts sur les secteurs de l'eau et l'assainissement.

Au cours de ce trimestre, le département Administration et Finance a mis l'accent sur l'élargissement de la diffusion des nouveaux Manuels de Procédures mis en application par l'Agence. Il s'agit des Manuels de Procédures relatifs aux approvisionnements, aux accords et sous-accords et à la gestion des ressources humaines.

Le remplaçant du Conseiller chargé du volet Plaidoyer a pris fonction au début du trimestre.

Durant ce trimestre ADEMAS a déposé 4 manifestations d'intérêt (3 dans le domaine de l'eau et de l'assainissement et 1 dans les services) et participé à un appel d'offre de type DRP (demande de Renseignement de Prix) en recherche dans le domaine de prévention du paludisme.

l'offre de

*l'orientation et la formation de leaders religieux ~~supra~~ s'est
pensivement de la région de Kolda, Sathian et Ziguinchor
Un accord de partenariat a été signé avec le RDP pour
soutenir ~~leur~~ la mise en œuvre de
leur plan d'actions.*

*La liste des champions pour le PF a été revérifiée par la
DSR et la DGS.*

III. REALISATIONS DU TRIMESTRE

III.1. Progrès sur les Défis Identifiés lors du Précédent Trimestre

Tableau 1 : Progrès sur les défis identifiés

Défis	Solution Proposée	Progrès
La fonctionnalité du Groupe technique de travail (GTT) sur la communication	Faire du GTT une instance de coordination pour la mise en œuvre du Plan de Promotion de la Santé	Le SNEIPS a de plus en plus recours au GTT pour la finalisation des documents de référence.
Autorisation de Mise sur le Marché de Sécuril-Press	Mener des démarches auprès de l'USAID, PATH pour obtenir l'autorisation de Pfizer.	La lettre de Pfizer reçue et le dépôt de la demande d'autorisation déposée auprès de la Direction de la pharmacie. L'AMM a été obtenue, Sécuril Press ^{est} lancée sur le marché au cours du prochain trimestre. x
La tenue régulière des réunions de suivi et de planification trimestrielle	Mettre en place une maquette de collecte plus dynamique et qui informe sur les données de la supervision	La série de réunions s'est tenue avec succès dans les zones d'interventions sous le leadership des DS et des superviseurs de zone qui ont prouvé leur capacité à diriger cette activité.
La diffusion du feuilleton télé	Travailler avec le second réalisateur sur la liste des candidats short-listés moins disant mais jouit d' une bonne expérience. <i>avec</i>	Contractualisation avec un réalisateur et écriture en cours du scénario. Investigation de sources extérieures de financement à travers le PPP pour accroître le niveau de diffusion.

qui a terminé 25 épisodes

III.2. Réalisations du Trimestre par Sous-composante

III.2.1. Sous Composante 1 : Renforcement des Capacités pour l'Exécution de Programmes Efficaces de CCC

III.2.1.1. Résultats

Mettre en œuvre le plan de renforcement des capacités du SNEIPS

Conformément aux recommandations du diagnostic institutionnel, le volet ressources humaine du plan de renforcement des capacités du SNEIPS a été pris en charge ce trimestre. Ainsi 6 agents ont bénéficié de formations susceptibles de contribuer à l'atteinte des objectifs du plan de renforcement du service. x

Tenue d'un atelier de validation du plan de promotion de la santé

L'atelier a permis de partager et de consolider le projet de Stratégie nationale de promotion de la santé et le projet de Plan stratégique national de promotion de la santé qui ont été élaborés en août 2014.

Validation du guide de Supervision.

Un atelier regroupant les acteurs des différents niveaux a été organisé pour la validation du guide de supervision.

Effectivité du transfert des compétences managériales au SNEIPS

La gestion des ressources financières pour la mise œuvre du plan d'action ADEMAS/SNEIPS est effective depuis janvier 2015.

III.2.1.2. Analyse

Dans le cadre de son mandat de renforcement du SNEIPS et sur la base du diagnostic institutionnel, le volet ressources humaines du plan de renforcement des capacités du SNEIPS a été pris en charge ce trimestre. Ainsi 3 agents ont participé à l'université sur la promotion de la santé, un agent a été inscrit en Master communication, un autre en Master Administration & gestion des entreprises et un est en train de suivre une formation en Assistanat de direction.

Après intégration des inputs du comité de suivi, le guide de supervision des acteurs dans le cadre de la mise en œuvre des interventions de communication a fait l'objet d'une validation lors d'un atelier. La dimension transversale du document a été prise en compte dans le profil des participants. Ainsi, à côté de représentants de services centraux du ministère de la santé et de l'action sociale (DGS, DGAS, PNT, CACMU), l'atelier a vu la participation d'acteurs du niveau régional comme district. Les participants ont travaillé en sous-groupes et jeté un regard critique sur les propositions du consultant concernant : les principes et mécanismes de la supervision, la pratique de la supervision, mais surtout les outils de supervision.

les dist
sonst

Le transfert de la gestion financière des activités du plan d'action ADEMAS/SNEIPS est effectif depuis janvier 2015 suite à la convention signée. Ainsi après soumission par le SNEIPS du plan trimestriel et des termes de références des activités retenues, les fonds nécessaires ont été virés dans le compte du SNEIPS ouvert à cet effet. Ce nouveau dispositif a insufflé un regain d'engagement au SNEIPS pour la mise en œuvre du plan d'action.

III.2.1.3. Défis, Opportunités et Perspectives

Perspectives et Recommandations

- Recrutement d'un consultant pour l'élaboration d'un système de suivi/évaluation des interventions de communication/promotion de la santé à tous les niveaux incluant un cadre logique des indicateurs,
- Partage du plan de développement institutionnel du SNEIPS avec les CA'S et autres partenaires techniques et financiers,
- *Evaluation des problèmes de l'apprit au SNEIPS*

III.2.2. Sous Composante 2 : Exécution d'Activités CCC de Qualité pour l'adoption de comportements sains et une utilisation accrue des services de santé

III.2.2.1. Résultats

Préparation phase II de la campagne Moytou Nef

Ce trimestre a été mis à profit pour échanger, autour de la DSRSE et du SNEIPS, avec les partenaires sur les orientations pour la seconde phase de la campagne de communication sur la PF.

Campagne AME

Relance ^{en} processus avec tenue d'une réunion avec la DSRSE et les partenaires stratégiques (UNICEF, CLM, OMS) Chronogramme & Protocole de recherche élaboré et partagé avec le comité technique Nutrition du MSAS.

Conception et diffusion d'un feuilleton télévisé

Le chronogramme pour la conception d'un feuilleton Tv suivant l'approche SABIDO qui prend en charge les thèmes prioritaires de santé est en train d'être déroulé.

Synergie avec d'autres Composantes du programme Santé de l'USAID

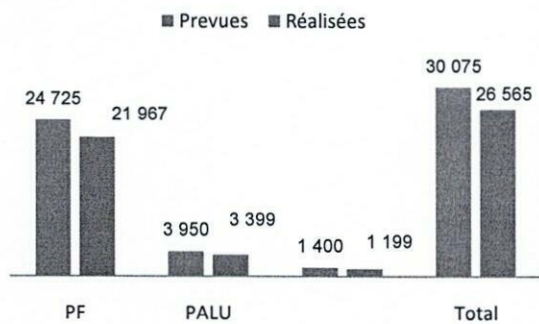
Pour les besoins de l'enrôlement de la région de Fatik pour le volet communautaire, le Coordonnateur du Bureau Régional de Kaolack a facilité une rencontre de synergie entre ADEMAS & ChildFund en présence de la région médicale et des trois EIPS des districts.

Mise en œuvre des interventions par les OCB

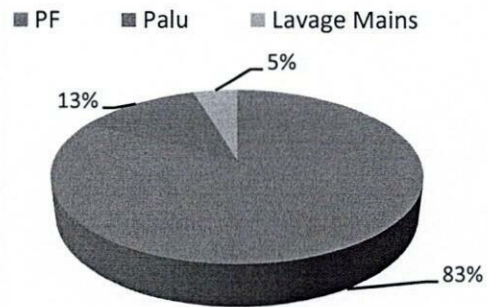
Durant ce trimestre, 549 causeries et 120 mobilisations sociales ont été menées au niveau des 9 régions enrôlées. Les thèmes portent sur la PF, la prévention du Paludisme et la Prévention des maladies diarrhéiques. Pour les activités de CIP un total de 26 565 personnes ont été sensibilisées soit 83 % de l'objectif, au total pour le thème PF 21967 personnes ont été touchées soit 89 % de l'objectif. Parmi ces personnes sensibilisées, 25% sont des hommes ; soit 2% de plus que le trimestre précédent.

Les interventions au niveau communautaires sont partie intégrante des campagnes de communication. Ce qui explique que l'essentiel des thèmes des activités ait porté sur la promotion de la PF et occupe (83 %) dans la

Graphique 1 : Nombre personnes sensibilisées par rapport aux objectifs par thème



Graphique 2 : Proportion personnes touchées par thème dans les causeries réalisées



répartition du nombre de personnes sensibilisées par thème de santé.

Mise en œuvre des interventions par les radios.

Tableau 1 : Niveau de réalisation par thème de la diffusion des programmes radios

Thèmes	Emissions		Spots		Couvertures		Insertions	
	P	R	P	R	P	R	P	R
PF	333	318	32810	42278	177	172	2857	3343
Palu	32	35	3328	8827	18	23	137	161
Diarrhée	0	0	3151	5330	0	0	64	64
AME	0	0	0	142	0	0	0	0
Total	365	353	39289	56577	195	195	3058	3568
	97%		144%		100%		117%	

On note une bonne couverture du paquet d'activités par les radios. L'écart pour concernant l'animation des émissions s'explique essentiellement par la récurrente question de la disponibilité de personnes ressources.

Partenariat avec Peace Corps

Recueil du feedback des volontaires du Corps de la Paix dans les régions de Kaolack et Kédougou sur l'animation des groupes d'écoute des émissions radiophoniques.

III.2.2.2. Analyse

En prélude à la seconde phase de la campagne de communication sur la PF, les parties prenantes se sont retrouvées autour du SNEIPS & DSRSE pour s'accorder sur les axes d'interventions. Il a ainsi été retenu de consolider le concept de Moytu Nef qui s'avère sociologiquement acceptable. Cependant le visuel de la campagne sera légèrement revu en mettant sur une seule affiche les images de l'homme et de la femme en

gardant la bulle parlante pour l'homme qui affirme soutenir son épouse. ADEMAs, à l'image des autres partenaires qui mobilisent des ressources financières a partagé les paquets d'activités qui se déclinent comme suit :

Diffusion spots TV						
RTS ou 2Stv	24 spots par mois pendant 8 mois = 192 diffusions					
Diffusion spots radios privées						
RTS	Diffusion un spot par jour à une heure de grande écoute pendant six mois					
RFM	Diffusion un spot tous les deux jours pendant quatre mois					
Lamp Fall FM	Diffusion un spot par jour à une heure de grande écoute pendant six mois					
Districts	Affichage 6 mois	Radios Communautaires				
		Spots	Emissions	Insertion messages	Causeries	Mob Soc.
65	50	25380	681	5348	3960	660

Le processus pour le développement du concept d'une campagne sur l'AME a été relancé. Une réunion autour de la DSRSE et des partenaires stratégiques (UNICEF, CLM, OMS) a permis de partager le protocole de recherche et de décliner le chronogramme. La phase préparatoire du développement de la stratégie comporte : une analyse situationnelle, la tenue d'un atelier de conception des éléments constitutifs du plan de communication et enfin l'élaboration du plan de communication. Cette phase sera bouclée durant le prochain trimestre.

La production du feuilleton télévisé est lancée. Après validation des 25 premiers épisodes par le comité technique, le réalisateur a soumis une première version vidéo de ces 25 épisodes. Sur la base des recommandations du comité, ces versions ont été améliorées et finalisées. Des négociations sont en cours pour le choix de la télé qui va assurer la diffusion. En plus de la prise en charge des thèmes des campagnes de communication, la diffusion du feuilleton sera une opportunité pour insérer des spots Tv avant et après chaque épisode.

Une seconde rencontre de synergie avec ChildFund a été organisée à Fatick pour les besoins de l'identification d'OCBs dans la dite région. Sur la base d'une cartographie des organisations communautaires effectuée par ChildFund et des informations émanant des districts, celles susceptibles de porter les interventions ont été listées et soumis aux MCD pour validation.

Mr Christopher Uller (point Focal du partenariat) a soumis un questionnaire aux six volontaires impliqués dans l'animation des groupes d'écoute des émissions radiophoniques. Il ressort que la majorité des bénévoles impliqués est satisfaite du déroulement des émissions de radio. Cependant, ils ont recommandé que des solutions puissent être trouvées à la barrière linguistique dans certaines zones. En effet certains volontaires sont basés dans des zones certes couvertes par la radio partenaire de ADEMAs mais où la langue utilisée dans les émissions n'est pas celle parlée par le volontaire. Des recommandations ont aussi été formulées pour l'amélioration des émissions.

Pour le Volet Partenariat Public Privé (PPP), deux accords de principes ont été trouvés avec le groupe Futur Média (GFM) et l'office des forages Ruraux (OFOR), l'un visant la diffusion de nos campagnes de communication, et l'autre la promotion des produits Aquatabs. De nouvelles pistes sont explorées avec TIGO pour la promotion de Fagaru et le sponsoring du feuilleton télévisé « Reup Teup », mais aussi avec Total et RIA pour le financement d'activités et la BNDE pour l'appui de nos campagnes de communication.

Accord de principe du Groupe Futurs Médias (GFM)

Les discussions entamées avec le groupe GFM durant le dernier trimestre dernier ont abouti à un accord de principe pour la signature d'un partenariat pour la diffusion de nos campagnes de communication. En effet, le groupe leader dans le domaine des médias au Sénégal, a accepté d'accorder une réduction conséquente de

25% sur les achats d'espace publicitaire sur ses différents supports (TFM, RFM, l'Observateur...). Il faut dire que GFM, du fait de sa pertinence vis-à-vis de nos cibles et de sa notoriété auprès de ces dernières, capte une bonne partie de nos dépenses en publicité. Cet accord permettra donc une économie dans les coûts, qui pourra être réinvestie dans d'autres activités au bénéfice des populations. Le protocole d'accord est en rédaction, et sera signé durant le prochain trimestre.

Accord de principe de l'Office des Forages Ruraux (OFOR)

Des démarches ont aussi été faites à l'endroit de l'Office des Forages Ruraux (OFOR) pour la signature d'un partenariat autour de la promotion d'Aquatabs en milieu rural. LA pertinence de cet accord se trouve dans les sources d'approvisionnement en eau de boisson des populations dans certaines zones. Pour renforcer sa politique de distribution du produit au niveau communautaire, OFOR s'engage à accompagner Ademas dans la promotion des produits, notamment à l'endroit des ASUFOR (Association des Usagers de Forage). Ces dernières sont en effet chargées de la gestion des forages dans les villages. Le protocole d'accord est en rédaction, et sera signé durant le prochain trimestre.

Poursuite des négociations avec TIGO

Nous continuons toujours les négociations entamées avec l'opérateur de téléphonie TIGO. Pour rappel, Les axes de collaboration envisagés avec ce partenaire sont la promotion de la marque Fagaru à l'endroit de la cible jeune, et le sponsoring du feuilleton télévisé « reup teup » qu'Ademas est entrain de produire.

Le partenaire est toujours dans de de bonnes dispositions pour nous accompagner. Toutefois, il lui fallait du temps pour l'inscrire dans son budget. Nous sommes dans l'attente d'une réponse définitive de leur part.

Prise de contact avec la Fondation TOTAL, RIA et relance de la BNDE

Durant ce trimestre, nous avons aussi noué des contacts avec d'autres partenaires la Fondation TOTAL et RIA. Pour le premier, il s'agit de voir si Ademas s'inscrit dans les thèmes de santé qu'elle appuie cette année. Et pour le second, il s'agit plus généralement de voir s'il peut appuyer nos campagnes de communication. Ces prises de contact devront aboutir à un premier rendez-vous en début de trimestre prochain. Nous avons aussi, durant ce trimestre, relancé la BNDE. Nous sommes dans l'attente de leur réponse, espérée en début de trimestre, pour voir les axes de collaboration possibles.

III.2.2.3. Défis, Opportunités et Perspectives

- Diffuser et Positionner le feuilleton TV auprès du public
- Finaliser le concept de la campagne AME
- La signature des MOU avec GFM, OFOR, TIGO
- L'obtention de l'engagement d'aux moins 02 sociétés minières de Kédougou pour un appui à ADEMAS
- L'obtention de l'appui d'aux moins 03 entreprises dans la campagne de lutte contre Ebola
- La vocation sociale et éducative du feuilleton « Reup teup » qui offre des possibilités de nouer des partenariats
- La campagne Ebola qui pourra permettre d'obtenir l'appui de partenaires privés conscients de leur responsabilité sociale
- L'implantation des clubs Aquatabs dans la zone minière de Kédougou qui sera mise à profit pour rechercher des partenariats auprès des entreprises implantées dans cette zone

Perspectives et Recommandations

- Lancer la phase II de la campagne de communication sur la PF
- Diffuser les épisodes du feuilleton Tv
- Assurer le suivi des interventions au niveau communautaire

III.2.3. Sous Composante 3 : Capacités des Acteurs Clefs renforcées pour mener le plaidoyer de l'engagement politique et social en faveur des programmes de santé

III.2.3.1. Résultats

Séance de Travail avec la DSRSE sur la révision de la liste des champions pour le plaidoyer au niveau de la planification familiale :

A la suite de cette rencontre la DSRSE a rencontré la DGS pour réactualiser avec le Directeur Général de la Santé et le Directeur de la DSRSE et soumise pour validation à Madame le Ministre de la Santé et de l'Action Sociale.

Signature d'un accord avec le Réseau Islam et Population (RIP): Suite à la soumission d'un plan d'action et d'un budget, un contrat de partenariat a été signé entre ADEMAs et le RIP.

Formation et orientation de leaders et relais religieux : Dans le cadre du plan de synergie avec Abt Associates et APC/FHI 360, l'orientation, la formation et l'appui à la planification d'activités de plaidoyer par les religieux ont été confiés à ADEMAs.

Ainsi, à la suite de l'atelier de Thiès organisé au cours du trimestre passé, les ateliers d'orientation et de formation des religieux ont été organisés dans 4 autres régions : Kolda, Sédhiou, Ziguinchor et Saint-Louis.

III.2.3.2. Analyse

Les ateliers de Kolda, Sédhiou, Ziguinchor et Saint-Louis ont réunis aux moins deux représentants religieux de chaque district de ces régions. Au total, 19 personnes ont participé aux sessions des régions de Kolda et Sédhiou (dont le Médecin Chef de région, le ou la BREIPS, les EIPS et la Coordinatrice Santé de la Reproduction). Les régions de Ziguinchor et Saint-Louis ont enregistré respectivement 21 et 40 participants dont le Médecin Chef de région, le ou la BREIPS, les EIPS et la Coordinatrice Santé de la Reproduction.

Ces leaders religieux de la communauté musulmane du Sénégal ont pris l'engagement de contribuer à l'atteinte du Taux de Prévalence Contraceptive (TPC) dans leur région respective à travers la dissémination de l'argumentaire islamique en faveur de la planification familiale.

Les ateliers de planification des activités de dissémination de l'argumentaire islamique favorable à la planification familiale se tiendront au cours du trimestre prochain (avril-mai juin).

Ces sessions permettront aux religieux de définir les actions les plus appropriées pour une meilleure information de leurs pairs et des populations sur la planification familiale et l'utilisation de ses méthodes modernes.

III.2.3.3. Défis, Opportunités & Perspectives

Les principaux défis pour cette sous composante sont:

- la validation de la liste des champions,
- la planification des dates dans les calendriers chargés des régions médicales et de la DSRSE pour la planification et la mise en œuvre des activités dans les délais prévus.

Principales Activités Prévuees pour le Trimestre Prochain

- Organiser les ateliers d'orientation, de formation et/ou de planification des activités de plaidoyer des leaders et relais religieux dans les régions de Ziguinchor, Sédhiou, Kolda, Kédougou, Kaffrine, Tambacounda, Fatick, Dakar, Thiès, Diourbel, Kaolack, Louga, Matam, Saint-Louis ;
- Suivre la validation de ces plans par les MCR et les BREIPS et leur mise en œuvre dans les 14 régions du Sénégal;
- Mettre en place les sous-comités de plaidoyer à Matam, Tambacounda, Kédougou et Saint-Louis,

- Appuyer ~~la définition et/ou~~ la mise en œuvre et le suivi des plans régionaux dans les régions de Matam, Tambacounda, Kédougou et Saint-Louis.
- Suivre la validation de la liste des champions et démarrer les activités avec les champions retenus,
- Appuyer le RIP à définir un plan de suivi des activités des religieux dans les régions et à mettre en œuvre son plan d'action au niveau national,
- Appuyer la DSRSE dans la mise en place d'une alliance pour le plaidoyer sur la santé de la mère et la survie de l'enfant,
- Appuyer la DSRSE dans ~~la définition avec les membres de cette alliance~~ ^{la validation} d'un plan de plaidoyer sur la santé de la mère et la survie de l'enfant au niveau national.

III.2.4. Sous-Composante 4 : Marketing Social des Principaux Produits de Santé

III.2.4.1. Résultats

DISTRIBUTION

Préservatifs par marque : Protec et Fagaru

Les sorties trimestrielles des préservatifs Fagaru et Protec s'élèvent à **1 252 084** unités, soit un taux de réalisation de **51%** par rapport à l'objectif trimestriel (**2 469 989** unités de préservatifs) et **43%** par rapport au trimestre précédent (~~876 912 unités de préservatifs~~).

Contraceptif oral : Securil

Les sorties de Securil s'élèvent à **184 464 plaquettes**, soit un taux de réalisation de **plus 43%** par rapport à l'objectif trimestriel (**129 060 plaquettes**) et un taux de réalisation supérieur à 100% par rapport au trimestre précédent (~~7 776 plaquettes~~).

Injectables : Depo-Provera

Les sorties de Depo-Provera s'élèvent à **4 572 seringues**, soit un taux de **67%** par rapport à l'objectif trimestriel (**6 857 seringues**) et **42%** par rapport au trimestre précédent (~~3 227 seringues~~).

Produits de Traitement d'eau : Comprimés Aquatabs

Les sorties du produit de traitement d'eau Aquatabs s'élèvent pour ce trimestre à **80 900 comprimés** soit un taux de réalisation de **18%** de l'objectif trimestriel (**496 491 comprimés**), et **51%** de réalisation par rapport au trimestre précédent (~~160 000 comprimés~~).

Moustiquaires Imprégnées MILDA

Les sorties enregistrées représentent un total de **27 455** unités soit un taux de réalisation de **48%** de l'objectif trimestriel et **65%** par rapport au trimestre précédent (~~42 125 unités~~).

Tableau 3. Distribution des produits du marketing social Fy 2015

Produits	Objectif	Objectif CYPs	Ventes T1	CYP's/ Litres T1	Cumul ventes totales	Réal/vente /Objectif annuel	Réal.CY /Objectif annuel	Ps
Préservatifs	9 879 957	82 333	1 252 084	10 434	2 128 996	22%	22%	
Securil	516 240	34 416	184 464	12 298	192 240	37%	37%	
Depo Provera	27 426	6 857	4 572	1 143	7 799	28%	28%	
Aquatabs	1 985 962	NA	80 900	1 618 000	240 900	12%	NA	
MILDA	230 000	NA	27 455	NA	69 580	30%	NA	

MARKETING

Lancement Securil Press

Dans le cadre de la politique d'accroissement de l'offre de produits contraceptifs pour faire à la demande non satisfaite de ~~ADMAS/DP/SE~~ ^{Jose} Sayana Press a été introduit au Sénégal. ADEMAS avec l'appui de l'USAID a décidé d'élargir sa gamme de produit contraceptif avec l'introduction de l'injectable SECURIL PRESS en référence au contraceptif oral Securil qui connaît déjà un fort taux de notoriété chez les cibles.

La cérémonie de lancement a été faite conjointement avec celui de SAYANA PRESS introduit dans le secteur public. Cet évènement majeur a été présidé par Mme le Ministre de la santé le Pr Awa Marie CollSeck, en présence des partenaires techniques et financiers que sont PATH, l'OMS, l'USAID & l'UNFPA.

Le produit sera disponible dans le circuit pharmaceutique et sera distribué à travers le territoire national. Pour l'atteinte des résultats qui lui sont assignés ADEMAS s'appuiera sur le réseau de partenaires tels que l'ordre des pharmaciens, le syndicat des pharmaciens, l'Association des Gynécologues et Obstétriciens du Sénégal (ASGO), l'Association des Sages-femmes et les cabinets privés.

Formation et démarrage activités clubs Aquatabs Sud

Pour accroître la distribution d'Aquatabs au niveau communautaire, nous avons élargi le maillage des clubs Aquatabs dans les régions Sud (Kolda et Ziguinchor).

C'est ainsi qu'au mois de février, nous avons procédé à la formation des relais de ces clubs et des OCB en charge de leur supervision. Au total 118 relais ont été formés.

La phase de formation a été suivie de celle de la signature des FOGs ; et la mise en œuvre des activités a commencé en début mars. C'est ainsi qu'à la fin du trimestre, on a enregistré la réalisation des activités suivantes :

- 82 causeries avec 2 189 personnes touchées ;
- 1657 VAD avec 3 552 personnes touchées ;
- 05 caravanes de sensibilisation avec 6 400 personnes touchées.

Production nouveau packagings

Ce trimestre a vu le début de la production des nouveaux packagings, consécutif au changement d'identités visuelles pour l'ensemble de nos marques.

Finalisation Chartes graphiques et développement site web

Le deuxième trimestre a aussi vu la finalisation des chartes graphiques de toutes nos marques. Ces chartes confèrent une identité claire à chaque marque avec les règles d'utilisation bien définies. Cela permettra de renforcer leur lisibilité et leur notoriété auprès de notre cible et de nos partenaires. La conception des chartes graphiques a également permis le lancement de la conception du nouveau site web de ADEMAS.

III.2.4.2. Analyse

Concernant les préservatifs (Protec et Fagaru), malgré un taux de réalisation de 51 % de l'objectif trimestriel s'expliquant par le niveau ambitieux de l'objectif qui a pris en compte le déficit enregistré du trimestre précédent, des progrès ont été notés avec une hausse de 43 % par rapport aux résultats du trimestre précédent.

Quant au contraceptif SECURIL le volume des ventes du trimestre dépasse de plus de 43 % l'objectif fixé du trimestre et de 16.5 fois le résultat des ventes du trimestre précédent.

En effet, la reprise avec Valdafrique pour une période de six mois en attendant l'écoulement du stock, a permis de remettre les produits sur le marché. Aussi, des opérations coup de poing semi nocturnes ont été menées par l'équipe de promotion d'ADEMAS dans les zones de Dakar et régions.

Pour les produits Aquatabs et MILDA, les ventes ont repris plus timidement.

des

Le lancement de Securil Press a été un franc succès, salué par tous les partenaires. En effet, avec la mise sur le marché de cette nouvelle méthode il est attendu la diminution de la demande non satisfaite et contribuer à l'augmentation du taux de prévalence contraceptive. Pour un meilleur succès de cette mise en place le renforcement de capacité pharmaciens privés des régions de Ziguinchor et de Kaolack ont été effectués durant ce trimestre. Il sera poursuivi le trimestre prochain dans les régions de Saint Louis, Thiès et Dakar.

La finalisation des chartes graphiques apporte une plus-value non négligeable à notre communication. En effet, ces chartes graphiques vont permettre une meilleure maîtrise de notre image institutionnelle et celle de nos marques.

Les activités des clubs Aquatabs Sud connaissent un bon taux de réalisation, et nous conforte dans l'option de favoriser la distribution communautaire pour ce produit à l'instar de ceux nord. Il faut toutefois noter que pour ces derniers nous avons été confrontés à quelques difficultés émanant de certaines pièces justificatives (photos), retardant ainsi l'exécution des nouveaux milestones.

Le lancement de la campagne Fagaru a été reporté en attente de la validation du spot radio par les partenaires la DSR/SE et le PNLS.

Défis, Opportunités & Perspectives

L'élargissement des clubs Aquatabs à l'Est et au centre du pays, de même que le réapprovisionnement de nos produits dans le circuit pharmaceutique par le nouveau distributeur et la mise en place de SECURIL PRESS au niveau des grossistes pharmaceutiques et des officines sont les principaux défis pour ce trimestre. ~~Pour ce dernier, la date de péremption proche ainsi que le manque d'une équipe de délégation médicale, pourrait être un frein à la bonne mise en œuvre de cette activité.~~

Dans le circuit hors pharmaceutique, il urge de recruter plus de grossistes pour stabiliser et passer à l'échelle d'ici la fin de projet.

Concernant les opportunités à explorer pour résorber les écarts de distribution accusés depuis deux trimestres, nous profiterons des opérations Coup de poing ainsi que des activités de grandes envergures comme les caravanes pour booster les ventes.

En perspective nous saisissons ces opportunités, pour mettre en place des supports de communication selon les nouvelles chartes. La communication de masse ne sera pas en reste à travers le déroulement des campagnes Fagaru et MILDA.

Principales Activités Prévue Pour le Trimestre Prochain

- Maintien des activités de promotion au niveau des secteurs de Dakar (stratégie de réorientation du S&D)
- Mise en place de Securil Press au niveau des grossistes pharmaceutiques et pharmacies
- Renforcement de capacité des pharmaciens privés des régions de Saint Louis, Thiès et Dakar sur Securil Press
- Caravane AQUATABS et préservatifs sur les axes sud et nord
- Diffusion spot Fagaru, Aquatabs
- Campagne digitale Milda
- l'implantation clubs Aquatabs Est et Centre

III.2.4.3. Suivi Evaluation et Recherche

III.2.4.3.1. Résultats

Recherche Quantitative

Deux activités principales ont marqué ce trimestre en ce qui concerne la recherche quantitative il s'agit de :

- La finalisation de l'étude d'évaluation de la campagne marketing Fagaru-Protéc.
- Le démarrage de l'étude d'évaluation de la campagne Marketing MILDA

Volet qualitatif

Les activités de ce deuxième trimestre de l'année 2015 sont pour l'essentiel consacrées à la finalisation du protocole de recherche AME, et la réalisation de l'étude sur la Supplémentation de la Vitamine A en routine.

Volet Suivi-Evaluation

Le Directeur de Recherche a organisé une séance de travail avec le nouveau point focal M&E de l'équipe Santé de l'USAID pour lui présenter le système de suivi et de contrôle de qualité des données de toutes les interventions.

Les activités de suivi-évaluation de ce trimestre ont été poursuivies avec d'une part la saisie des données de routine sur les ventes (S&D) et, d'autre part, la saisie des rapports de synthèse trimestriels des OCB et l'actualisation des tableaux de bord des données CCC sur le système DHIS2.

Une mission combinée du département de recherche et CCC a été menée pour le renforcement de capacité des superviseurs sur le système collecte des données de routine.

Dans le cadre du Projet avec Micronutriments Initiative (MI), ADEMAs expérimente le volet M-Health avec l'appui du partenaire PSI. Les efforts d'introduction du volet m-health de ce projet consistent à envoyer des messages (sms) de rappel aux femmes enceintes pour les aider à surmonter les barrières liées à l'utilisation, notamment l'oubli. Cette initiative innovante servira d'apprentissage à ADEMAs non seulement sur l'utilisation des nouvelles technologies dans la mise en œuvre des programmes de communication, mais aussi dans la perspective de l'intégrer à l'échelle dans la mise en œuvre et le suivi des futurs et actuels programmes en vue d'améliorer l'impact des interventions.

III.2.4.3.2. Analyse

Visite du point focal M&E de l'équipe santé de l'USAID

Le nouveau point focal M&E du bureau santé de l'USAID a été reçu à ADEMAs accompagné de l'AOR, il avait sollicité cette rencontre pour s'imprégner du système de suivi évaluation dans son ensemble. Cette session a vu la présentation du Plan de suivi évaluation des interventions notamment les procédures de contrôle qualité des données de routine, et la revue du PMP (Performance Monitoring Plan). Il a donné quelques recommandations qui ont été pris en compte dans la présentation qui accompagne ce rapport.

Mission Combinée Département de Recherche et CCC sur la collecte des données

Une mission combinée du département de recherche et CCC a été menée pour le renforcement de capacité des superviseurs sur le système collecte des données de routine et leurs saisies. Toujours concernant le volet CCC, une mission a été conduite par les départements de recherche et de communication au niveau des trois bureaux régionaux en vue de renforcer les capacités des acteurs impliqués dans la collecte et la gestion des données de communication.

La finalisation de l'étude d'évaluation de la campagne marketing Fagaru-Protéc.

Les résultats de cette étude ont permis de mesurer les indicateurs de performance des campagnes de communication de marque sur les produits Protéc et Fagaru il s'agit de :

- l'impact de la campagne sur les cibles sur les trois niveaux visés allant de la connaissance de l'existence des campagnes, à l'intérêt suscité et enfin le passage à l'action (Achat des produits et utilisation).
- évaluer le positionnement de ces produits ainsi que leur rapport à la cible suite à la campagne.

Le démarrage de l'étude d'évaluation de la campagne Marketing MILDA

Cette étude en cours de réalisation (phase collecte des données) fait suite à la campagne de marque et d'utilisation des Moustiquaires imprégnées (MII) et des MILDA en particulier réalisées respectivement par ADEMAs et le PNLp. Elle vise la mesure des indicateurs d'efficacité des deux campagnes (Messages – Visuels) auprès du groupe cible en termes de notoriété, mémorisation, perception, attitudes.

III.2.4.3.3. Défis, Opportunités & Perspectives

- Elargir l'utilisation de routine du système DHIS2 à toutes les parties prenantes dans la collecte et la gestion des données de ADEMAs (marketing, CCC, entre autre);
- Préparation du protocole de l'étude formative sur le paludisme commanditée par le PNLp ;
- La réalisation de l'étude qualitative sur l'Allaitement Maternel Exclusif (AME);
- Analyse et Interprétation des données issues des Focus group de l'étude sur l'évaluation de la campagne Palu

Perspectives

- Collecte des données de l'évaluation de la campagne marketing MILDA ;
 - Réalisation de l'étude MAP (Measuring Access and Performance) prévu en Mai 2015. Analyse et interprétation des données des études qualitatives prévues ;
 - Présentation et partages des résultats des études réalisées avec les partenaires concernés

III.2.5. Sous-Composante 5 : Renforcement institutionnel

III.2.5.1. Résultats

Le support technique de PSI à ADEMAs pendant cette période a été orientée sur la consolidation des actions entamée depuis 2012 pour renforcer les politiques et les procédures institutionnelles en droite ligne avec les recommandations de la revue OCA. On peut noter la mobilisation des ressources pour renforcer la pérennisation des activités de ADEMAs et l'avancement des dossiers stratégiques dans le cadre des nouveaux domaines d'intervention, notamment la nutrition et l'assainissement comme activités phares de ce trimestre. Plusieurs opportunités ont été saisies pour affiner les stratégies d'intervention avec plusieurs manifestations d'intérêts de déposés auprès de partenaires potentiels.

En plus, le conseiller technique a travaillé en étroite collaboration avec le COP et le Conseil d'Administration de ADEMAs pour répondre aux observations et recommandations portées par le cabinet de consultant engagé par l'USAID pour réaliser l'évaluation à mi-parcours du Programme Santé de l'USAID. Le manuel de gestion financière consolidé qui reflète les meilleurs pratiques en gestion et contrôle financier a été finalisé. Les politiques et procédures financières reflètent les nouvelles politiques en gestion des achats, des contrats et des ressources humaines.

Le Conseiller Technique PSI a travaillé avec le Directeur de la Recherche pour coordonner le processus de finalisation et validation des Termes de Référence révisés, l'élaboration et validation des outils de collecte en s'assurant de la prise en compte des meilleures pratiques, notamment les études similaires pilotées par PSI en Inde (Bihar) et au Mali.

Le Conseiller Technique de PSI a appuyé les efforts d'introduction du volet m-health du projet Fer Acide Folique (FAF) à travers le DHIS-2.

ADEMAs a reçu la modification du Coopérative Agreement pour la mise en œuvre des activités de « pandemicpreparedness ». Suite à cette confirmation de financement, ADEMAs a finalisé les supports pour la communication au niveau communautaire dans le cadre de la campagne « Xam Ko, Daan Ko » qui était validée par le COUS et ses partenaires techniques pour cadrer les activités de communication pour la lutte contre le

virus Ebola.

Dans le cadre du renforcement des capacités en Management et en Leadership ADEMAs a été coopté dans différents comités de la conférence AfricaSan prévue en Mai 2015 au Sénégal. Un MoU (Memorandum of Understanding) a été signé de même qu'une convention de collaboration avec l'ONG ACRA-CSS, présente au Sénégal depuis plus de douze (12) ans et qui intervient essentiellement en Casamance dans l'amélioration de l'accès à l'eau potable et la promotion de l'hygiène au niveau communautaire.

III.2.5.2. Analyse

Résultat attendu 1 : Mise en œuvre des recommandations de la dernière réunion sur l'OCA

Dans le cadre de renforcement des capacités d'ADEMAS, le COP a organisé une séance de travail avec l'appui du conseiller technique de PSI pour réviser avec l'USAID le niveau de réalisation des recommandations inscrites dans le Plan d'Action OCA qui était élaboré lors de l'évaluation réalisé en août 2014. Organisée le 04 février au bureau d'ADEMAS en présence de l'USAID, l'équipe de la Direction Exécutive de ADEMAs a présenté les actions entreprises au cours de dernier trimestre dont :

- le partage des résultats de l'OCA avec le Conseil d'Administration de ADEMAs,
- la finalisation de manuel de gestion du personnel,
- la finalisation d'un plan de mobilisation des ressources,
- l'harmonisation de la codification des immobilisations,
- la validation du barème salarial,
- la soumission du rapport annuel en version anglaise,
- le progrès par rapport au renforcement des activités de plaidoyer,
- le recrutement des nouveaux membres du Conseil d'Administration
- et la consolidation du manuel financier.

La Direction Exécutive de ADEMAs a aussi saisi cette occasion pour partager avec l'équipe de l'USAID certains documents dont le Manuel de gestion du personnel ; le Procès-verbal Réunion du Conseil d'Administration 30 septembre 2014 et le Plan de mobilisation des ressources.

Le conseiller technique a appuyé la Direction de l'Administration et Finance pour finaliser la consolidation du manuel financier et participer à la session d'orientation de tout le personnel sur toutes les politiques et procédures administratives.

Le niveau de réalisations des recommandations est joint en annexe. ADEMAs a déjà réalisé 26 actions sur les 30 recommandées, les dernières actions sont en cours de mise en œuvre.

Résultat 2 : Mise en œuvre du plan stratégique de ADEMAs

Diversification des ressources de l'Agence

Suite à la formation et la mise en place d'une unité de mobilisation des ressources durant le premier trimestre de l'année 2015, l'équipe de ADEMAs a identifié six opportunités pour un financement complémentaire. L'unité de mobilisation de ressources a été convoquée deux fois en janvier et en mars pour préparer une réponse aux appels de manifestation d'intérêt et de prestation de services dans les domaines d'intervention ciblés. Durant ce trimestre ADEMAs a déposé 4 manifestations d'intérêt (3 dans le domaine de l'eau et de l'assainissement et 1 dans les services) et répondu à une DRP (demande de Renseignement de Prix) en recherche dans le domaine de prévention du paludisme.

Il s'agit de :

↓
offre

- Manifestation d'intérêt lancée par l'ONAS sur la mise en œuvre d'un programme d'information, d'éducation et de communication (IEC) dans le cadre du projet de dépollution du nord de la ville de Dakar (PDNVD).
- Manifestation d'intérêt introduite par la Direction de l'Assainissement pour la réalisation de la mission d'ingénierie sociale et d'appui à la mise en œuvre de la sous composante de l'assainissement rural dans les régions de Kaffrine et Louga. Afin d'augmenter ses chances de qualification, ADEMAS a constitué un groupement composé d'ACRA-CCS et de l'Association pour le Développement de la Région de Louga (ADEREL).
- Enfin la manifestation d'intérêt lancée par l'Office National de l'Assainissement du Sénégal pour la réalisation de services pour l'Information, l'Education et la Communication dans le cadre du projet d'assainissement des eaux usées de Ziguinchor. ADEMAS a aussi constitué un groupement avec ACRA-CSS et Kabonketoor, une association de femmes engagées pour la paix et le développement de la Casamance.

• Suite à la soumission d'une proposition technique et financière en vue de l'obtention d'un financement de l'UNICEF pour mener une intervention pilote du marketing de l'assainissement à Podor, l'UNICEF a inscrit cette activité dans le Plan de Travail Annuel 2015. Cependant des difficultés liées aux procédures subsistent au niveau interne de l'UNICEF pour concrétiser ce financement. Le Conseil Technique PSI travaille avec la Direction Exécutive et les points focaux de l'UNICEF pour débloquer cette situation.

Efficiences des interventions du Marketing Social

Dans la perspective de renforcer la pérennisation des activités de marketing social, ADEMAS a révisé les termes de l'engagement pour la distribution de ses produits pour réduire le coût unitaire de produits vendu et augmenter le retour de fonds sans avoir un impact sur le prix de vente aux consommateurs.

Communication Institutionnelle

Dans le cadre du renforcement de la visibilité de ADEMAS, la nouvelle charte graphique a été présentée à tout le personnel et mis en application pendant ce trimestre. Le développement du site web de ADEMAS en phase avec la charte graphique, la mission et la vision de ADEMAS est en cours d'exécution avec une finalisation prévue au cours du trimestre à venir.

Résultat 3 : Apporter un appui technique dans les domaines administratif et financier

Comme cité en haut, le conseiller technique de ADEMAS a appuyé la Direction d'Administration et Finance de ADEMAS pour finaliser un manuel de gestion financière consolidé qui reflète les meilleures pratiques en gestion et contrôle financier. Les politiques et procédures financières reflètent les nouvelles politiques en gestion des achats, des contrats et des ressources humaines.

Dans la perspective de renforcer le niveau de contrôle interne et rendre les politiques et les procédures opérationnelles plus fluides, le conseiller technique a accompagné le Directeur d'Administration et Finance dans les réflexions sur une réorganisation interne de sa Direction. Une décision a été prise de renforcer l'équipe d'Administration et Finance avec un expert en analyse financière, un responsable dédiée aux achats et un expert en gestion des ressources humaines. Le recrutement est en cours et l'engagement du nouveau personnel est prévu au cours du prochain trimestre.

Résultat 4 : Renforcement des capacités d'ADEMAS dans les domaines de la Recherche et du Suivi-Evaluation

Durant ce trimestre dans le cadre de la préparation du lancement de l'étude sur la chaîne de valeur pilotée par ADEMAS et GSF/AGETIP, l'équipe ADEMAS a travaillé avec toutes les parties prenantes à travers le comité technique de pilotage de cette étude, pour s'assurer qu'il n'y ait pas de duplication avec l'enquête ménage menée par la Banque Mondiale/WSP. Le Conseiller Technique PSI a travaillé avec le Directeur de la Recherche pour coordonner le processus de finalisation et validation des Termes de Référence révisés, l'élaboration et

validation des outils de collecte en s'assurant de la prise en compte des meilleures pratiques, notamment les études similaires pilotées par PSI en Inde (Bihar) et au Mali.

L'approche de Marché total (TMA)

Dans cette même optique, ADEMAs reçoit un appui technique de l'équipe de santé de la reproduction et de marketing de PSI pour piloter l'opérationnalisation d'un cadre conceptuel pour mieux comprendre les facteurs qui influencent la dynamique entre l'offre (supply) et la demande (demand) des produits pour les produits contraceptifs au Sénégal. Cette activité fait suite aux échanges qui ont eu lieu lors de l'atelier sur le marché total organisé par le SECONAF au Sénégal en 2014 et vise à appuyer la préparation d'un nouvel plan stratégique pour le Planification Familiale qui sera mise en œuvre à partir de 2016. ADEMAs va appuyer la DSRSE pour piloter une analyse approfondie du marché totale au Sénégal tout au long du spectre de production jusqu'à l'utilisation afin d'aider les partenaires à mieux comprendre les barrières à l'adoption des méthodes modernes et d'identifier les actions à prendre pour répondre aux besoins qui restent non-satisfaits.

Résultat 5 : Renforcement des capacités d'ADEMAS en communication et marketing

Suite à l'obtention du financement complémentaire de Micronutrient Initiative portant sur le développement et la mise en œuvre d'une stratégie de communication en vue d'améliorer l'offre de service, la demande et l'utilisation du fer et acide folique par les femmes enceintes, le Conseiller Technique de PSI a appuyé les efforts de lancement de ce projet en étroite collaboration avec les départements concernés d'ADEMAS (Direction Exécutive, Département CCC et Département de Recherche, Suivi & Evaluation). Ainsi, le Conseiller Technique de PSI a appuyé le Département de recherche pour faire l'analyse de la situation devant informer la stratégie de communication. Cet exercice consistait à faire une revue documentaire en vue de synthétiser les informations disponibles sur la FAF, et faire une critique des stratégies et outils existants.

Le Conseiller Technique de PSI a aussi Co-facilité l'atelier de développement de la stratégie de communication. Le Conseiller Technique a appuyé le Département CCC pour le développement des outils de communication et de formation, la revue des milestones et l'extension du contrat avec MI.



Le Conseiller Technique PSI a participé avec la Coordinatrice CCC d'ADEMAS à l'atelier d'élaboration de la stratégie de communication sur l'ANJE organisée par la CLM et la DSRSE. Suite à cet atelier, le Conseiller Technique PSI a appuyé les efforts visant à développer la campagne de communication sur l'Allaitement Maternel Exclusif. Ainsi, le Conseiller Technique PSI a travaillé avec le comité technique ANJE, la Direction Exécutive, le Département CCC et le Département de Recherche pour développer le protocole de recherche de l'enquête formative qui va informer la stratégie de communication et les Termes de Référence du processus de cette campagne.

Appui Technique à la riposte contre Ebola

ADEMAs a reçu la modification du Cooperative Agreement pour la mise en œuvre des activités de « pandemicpreparedness » prévues dans son plan d'action le 28 février. Suite à cette confirmation de financement, ADEMAs a finalisé les supports pour la communication au niveau communautaire dans le cadre de la campagne « Xam Ko, Daan Ko » qui était validée par le COUS (Centre des Opérations d'Urgence) et ses partenaires techniques pour cadrer les activités de communication pour la lutte contre le virus Ebola, il s'agit de 6 spots radio traduits en 7 langues nationales, 2 spots télévisés, 2 fiches illustrées, 2 fiches pédagogiques, 2 aide-mémoires, 1 dépliant et 1 affiche.

Le conseiller technique de ADEMAs a assisté aux séances de travail avec le SNEIPS, le COUS, UNICEF, l'OMS et les partenaires techniques pour réviser les actions prévues dans le Plan National de riposte contre Ebola. Suite

à cette revue, ADEMAs a appuyé la finalisation du plan opérationnel pour la mise en œuvre des activités à base communautaire.

Résultat 6 : Renforcement des capacités en Management et en Leadership

En vue de positionner davantage ADEMAs comme un acteur crédible dans le domaine de l'assainissement, le Conseiller Technique PSI a travaillé avec le COP et le Directeur de Recherche pour coordonner les efforts de mise en place et/ou consolidation des alliances avec des partenaires stratégiques tels que, la Direction de l'Assainissement, l'Office National de l'Assainissement du Sénégal, l'UNICEF, GSF/AGETIP, ACRA/CCS etc...

- **Conférence AfricaSan** : Suite à ce travail, ADEMAs a été invitée à intégrer le comité d'organisation de la quatrième édition de la Conférence AfricaSan qui se tiendra à Dakar du 25-27 mai 2015 et dont le thème est "Faire de l'Assainissement pour Tous Une Réalité en Afrique". AfricaSan est une conférence de haut niveau et une initiative d'avant-garde lancée par l'AMCOW (Le Conseil des Ministres Africains chargés de l'Eau) en vue de promouvoir l'établissement des priorités politiques en matière d'assainissement et d'hygiène en Afrique. Dans le cadre de cette conférence, ADEMAs a aussi été invitée à préparer une présentation sur le thème "Éléments de directive pour la définition d'une stratégie de communication visant le changement de comportement".
- **MoU avec ACRA-CCS** : ADEMAs a aussi signé une convention de collaboration (Memorandum of Understanding) avec l'ONG ACRA-CCS, présente au Sénégal depuis plus de douze (12) ans et qui intervient essentiellement en Casamance dans l'amélioration de l'accès à l'eau potable et la promotion de l'hygiène au niveau communautaire. Grâce à ce partenariat, ADEMAs va bénéficier de l'expérience et l'expertise d'ACRA-CCS dans le domaine du WASH ainsi que de son assise communautaire pour la promotion et distribution d'Aquatabs (Voir le MoU en annexe pour les détails).

Dans le cadre d'appui au PNLP, ADEMAs a été invité de participer dans le comité de pilotage pour l'étude phase IV du candidat vaccin antipaludique RTS, S.

La Direction Exécutive de ADEMAs a aussi organisé la deuxième séance de renforcement des capacités et team building en leadership transformationnel avec l'appui du cabinet Girafe. L'atelier deux (2) jours avait pour objectif :

- Apprendre et pratiquer les compétences de l'intelligence émotionnelle
- Comprendre et pratiquer les perceptions et performance au sein du senior staff d'ADEMAS
- Comprendre et pratiquer le style de leadership LIKERT model
- Comprendre le mécanisme des engagements compétitifs
- Apprendre et pratiquer les conversations en leadership.

Un total de 27 membres de l'équipe de ADEMAs ont assisté à l'atelier, accompagnés par deux membres du Conseil d'Administration.

III.2.5.3. Défis, Opportunités & Perspectives

- La participation effective d'ADEMAS à la conférence AfricaSan sur l'assainissement rural/Conférence International sur le Sayana Press Workshop.
- L'appui par rapport à la mise en œuvre de l'étude sur le marché total (TMA)
- L'appui technique dans l'élaboration des campagnes de communication AME et WASH
- L'appui relatif à la mise en œuvre du plan Stratégique
- La mise en œuvre des activités restantes du plan d'action issu de l'OCA.

IV. Questions Transversales

IV.1. L'Intégration de la Dimension Genre

Afin de veiller à l'égalité d'accès aux interventions de communication, les supports de collecte prennent en compte la segmentation des bénéficiaires entre hommes adultes, femmes adultes, jeunes garçons et jeunes filles. Au cours des réunions de suivi et de planification organisées trimestriellement dans chaque district, la dimension genre est intégrée dans les échanges sur le ciblage des différents groupes devant être prise en compte dans les interventions. Durant ce trimestre, les activités de CIP sur un total de 26 565 personnes touchées, 25% sont des hommes ; soit 2% de plus que le trimestre précédent.

IV.2. Réglementation relative à l'Environnement

Durant ce trimestre nous avons fait le suivi des activités du plan (EMMR) concernant le mode d'utilisation du préservatif et la disposition correcte après usage. La notice d'utilisation des préservatifs illustrent comment disposer des préservatifs usagers. Un plan de suivi et de contrôle est mis en place pour éviter les pertes et fuites de moustiquaires dans d'autres secteurs.

IV.3. Législation et les Exigences Règlementaires en planning familial

Lors des visites de supervision et de mission sur le terrain le personnel pose des questions sur le respect des Législation et les Exigences Règlementaires en planning familial

IV.4. Leçons Apprises

IV.5. Principales Activités Prévues Pour le Trimestre Prochain

- Recrutement d'un consultant pour l'élaboration d'un système de suivi/évaluation des interventions de communication/promotion de la santé à tous les niveaux incluant un cadre logique des indicateurs,
- Partage du plan de développement institutionnel du SNEIPS avec les CA'S et autres partenaires techniques et financiers,
- Mise en place de Securil Press au niveau des grossistes pharmaceutiques et pharmacies
- Renforcement de capacité des pharmaciens privés des régions de Saint Louis, Thiès et Dakar sur Securil Press
- Caravane AQUATABS et préservatifs sur les axes sud et nord
- Diffusion spot Fagaru, Aquatabs
- Campagne digitale Milda
- l'implantation clubs Aquatabs Est et Centre
- Réalisation de l'étude MAP (Measuring Access and Performance).
- Réalisation de l'étude AME
- Présentation et partages des résultats des études réalisées avec les partenaires concernés

V. Gestion -Administration – Finance

Gestion du Personnel :

Au cours de ce trimestre, l'accent a été mis sur l'élargissement de la diffusion des nouveaux Manuels de Procédures mis en application par l'Agence. Ainsi, il a été organisé à l'intention du Personnel un atelier de

partage de ces Manuels ainsi qu'un résumé facilitant leur appropriation. Il s'agit des Manuels de Procédures relatifs aux approvisionnements, aux accords et sous-accords et à la gestion des ressources humaines.

Au cours du trimestre, l'Agence a connu le départ du Conseiller chargé du volet Plaidoyer, poste pourvu immédiatement par l'Agence avec comme date de démarrage du nouveau titulaire le début du trimestre prochain.

Enfin, au cours du trimestre, le programme étant en phase de croisière, il est prévu le renforcement du Département Administration & Finance avec trois personnes ressources supplémentaires avec les profils suivants : comptable analytique, spécialiste en passation de marchés et spécialiste en gestion des ressources humaines. Le département de Communication (CCC) a été également renforcé avec une personne ressource supplémentaire avec le renforcement des activités de communication à base communautaire

Administration :

- ✓ Du côté administratif, au cours de la période, le Service Administratif a appuyé le nouveau distributeur dans la sélection d'un fournisseur pour la production des articles de reconditionnement.
- ✓ Le Service Administratif a également procédé au lancement de manifestation d'intérêt en vue de la présélection d'Agences de communication pour l'exécution de différentes campagnes de l'Agence.
- ✓ Le Département à travers le Grant & Contract Manager a procédé au cours de la période à l'orientation et à la contractualisation, en appui aux Départements Marketing et CCC, des OCB, radios communautaires et clubs Aquatabs.
- ✓ Le Service Administration et Logistique a finalisé la procédure d'acquisition du matériel informatique complémentaire pour l'Agence ainsi que les enregistreurs et l'appareil photo professionnel en appui au Ministère de la Santé et de l'Action Sociale notamment le SNEIPS.
- ✓ Concernant le volet distribution, durant la période :
 - **2.058.000** unités de Préservatifs PROTEC NATURAL ont été réceptionnées au cours de la période en date du 05/02/2015;
 - **1.152.000** unités de Préservatifs PROTEC FRAISE ont été réceptionnées au cours de la période en date du 12/01/2015;
 - **1.440.000** unités de Préservatifs FAGARU YELLOW ont été réceptionnées au cours de la période en date du 12/01/2015;
 - **Aucune réception** n'a été notée au cours de la période pour les autres préservatifs PROTEC VANILLE et FAGARU RED.
 - **256.000** cycles de contraceptif oral SECURIL (Combinaison 3) a été réceptionnés reçus au cours de la période en date du 06/01/2015;
 - **100.000** unités du nouveau contraceptif injectable SECURIL PRESS (SAYAN PRESS) a été réceptionnées au cours de la période en date du 18/03/2015;
 - **Aucune réception** de Moustiquaires Imprégnés (MILDAS) n'a été notée au cours de la période;
 - **Aucune réception** du comprimé purificateur d'eau AQUATABS n'a été notée au cours de la période.

Finances

Tout au cours de la période, l'Agence a procédé à la préparation et à l'envoi des Demandes d'Avance et liquidations. L'Agence a soumis conformément aux procédures, quinze jours avant la fin du trimestre le « QuaterlyAccrualWorkheet ».

Au cours de la période, le Service Comptabilité et Finance a effectué une visite de travail au niveau des trois bureaux régionaux (Thiès, Kaolack et Kolda) du programme Santé de l'USAID. L'objectif de cette visite était de :

- ✓ Procéder à la revue des mouvements comptables et financiers entre le niveau central et régional ;
- ✓ Procéder à la revue de la complétude des rapports financiers mensuels ;
- ✓ Identifier les contraintes au niveau régional en vue de leur résolution pour une meilleure fluidité des opérations ;
- ✓ Améliorer et/ou compléter les outils de gestion mis en place en vue de renforcer la qualité de gestion au niveau régional.

Plus particulièrement, au cours de la période, l'Agence a :

- ✓ Reçu de l'USAID, en date du 26 février 2015, le « Modification Of Assistant N°07 » portant augmentation du « ObligatedAmount » qui passe de **\$18,456,000** à **\$18,706,000** soit une augmentation de **\$250,000** ; cette augmentation devant servir aux activités liées à la lutte contre EBOLA ;
- ✓ Reçu de l'USAID au cours de la période, **771.405.955 F CFA** au titre de versement des Demandes d'Avance ;
- ✓ Dépensé globalement au cours de la période le montant de **505.198.123 F CFA** dont 33.236.132 FCFA sur costshare ; soit **471.961.991 FCFA** sur fonds USAID d'où un taux d'exécution de **54,04%** par rapport au budget de l'année fiscale encours (**2.265.689.477 F CFA**) et 51,96% par rapport au budget global de 2.489.137.511 FCFA.

Cf. Situation financière au 31 mars 2015 en annexe.

00002

ADEMAS / USAID N° AID- 685-A-12-

Situation financière au 31 MARS 2015

Rubriques Budgétaires	Budget Année fiscale en cours	Cost Share	Total Budget	Dépenses							Total cumulatif dépenses Année Fiscale en cours		Reliquat sur total Budget Année Fiscale en cours	% du budget annuel dépensé
				Trim 1	JANV	FEV	MARS	Trim 2	Sur Budget	Sur Cost Share	(W)=(D)-(U+V)	(X)=(W)/(D)*100		
(A)	(B)	(C)	(D)	(H)=(E)+(F)+ (G)	(I)	(J)	(K)	(L)=(I)+(J)+ (K)	(U)	(V)	(w)=(D)-(U+V)	(X)=(W)/(D)*100		
PERSONNEL	417 886 392	34 823 866	452 710 258	127 834 600	31 226 676	31 250 848	32 612 334	95 089 858	187 958 842	34 965 616	264 751 416	49,24%		
FRINGE														
BENEFITS	172 260 237	-	172 260 237	34 786 491	26 956 113	10 839 083	9 280 570	47 075 766	81 862 257		90 397 980	47,52%		
TRAVEL	128 112 400	55 749 168	183 861 568	38 496 066	4 416 564	4 491 978	14 950 875	23 859 417	53 709 755	8 645 728	130 151 813	33,91%		
EQUIPMENT	38 000 000		38 000 000	350 000	1 315 000	9 400 335	11 276 123	21 991 458	22 341 458		15 658 542	58,79%		
SUPPLIES		128 675 000	128 675 000		400 000		17 481 417	17 881 417	400 000	17 481 417	128 275 000	13,90%		
CONTRACTUA L	557 216 423		557 216 423	277 626 017	12 356 795	45 292 091	11 436 372	69 085 258	339 347 571	7 363 704	217 868 852	62,22%		
OTHER	952 214 025	4 200 000	956 414 025	309 000 070	56 254 497	79 142 274	94 818 178	230 214 949	538 854 760	360 259	417 559 265	56,38%		
TOTAL	2 265 689 477	223 448 034	2 489 137 511	788 093 244	132 925 645	180 416 609	191 855 869	505 198 123	1 224 474 643	68 816 724	1 264 662 868	51,96%		

ADEMAS / USAID N° AID-685-A-12-00002
Earmark Allocation Report au 31 Mars 2015

Earmark Allocation Report

DESCRIPTION	Cooperative Agreement	MOA 1	MOA 3	MOA 5	MOA 6	MOA 7	TOTAL	Each Earmark as % Total	Spending by earmark previously reported	Spending by earmark this quarter	Cumulative spending by earmark	Balance of Earmark	Balance of Earmark as % of total
Family Planning & Reproductive Health:	110 750 000	901 062 000	1 417 600 000	1 109 250 000	944 880 000	124 000 000	4 607 542 000	53%	3 084 498 353	228 907 556	3 313 405 909	1 294 136 091	71,91 %
Malaria	89 090 844	0	265 800 000	493 000 000	570 400 000	0	1 418 290 844	16%	1 071 243 476	135 884 519	1 207 127 995	211 162 849	85,11 %
Maternal & Child Health	107 539 579	224 601 000	575 900 000	279 531 000	595 200 000	0	1 782 771 579	20%	882 841 726	84 932 609	967 774 335	814 997 244	54,28 %
Nutrition	88 392 676	44 300 000	177 200 000	172 550 000	124 000 000	0	606 442 676	7%	511 905 981	22 237 307	534 143 288	72 299 388	88,08 %
HIV/AIDS	66 275 901	88 600 000	88 600 000	98 600 000	0	0	342 075 901	4%	342 075 901	0	342 075 901	0	100,00 %
TOTAL	462 049 000	1 258 563 000	2 525 100 000	2 152 931 000	2 234 480 000	124 000 000	8 757 123 000	100%	5 892 565 437	471 961 991	6 364 527 428	2 392 595 572	72,68 %