

M A P : M e s u r e r l ' A c c è s e t l a P e r f o r m a n c e

Mali (2012): Mesure de la couverture et de la qualité de couverture «des produits de marketing social » dans les milieux urbain et rural des 5 régions du Mali et la ville de Bamako

2^{eme} PASSAGE

Financé par:



PSI's Four Pillars

Bottom Line Health Impact * Private Sector Speed and Efficiency * Decentralization, Innovation,
and Entrepreneurship * Long-term Commitment to the People We Serve

Research Division
Population Services International
1120 Nineteenth Street NW, Suite 600
Washington, D.C. 20036

Mali (2012): Mesure de la couverture et de la qualité de couverture «des produits de marketing social » dans les milieux urbain et rural des 5 régions du Mali et la ville de Bamako

2^{eme} PASSAGE

PSI Research Division
2012

© Population Services International, 2012

Contacts:

Sékou Adama TRAORE Chargé de Recherche Quantitative PSI/Mali Bamako, Hamdallaye ACI 2000 P +223-4490-0113/ 20 23 82 07 satraore@psimali.org	Mamadou Djouldé BAH Responsable de Recherche PSI/Mali Bamako, Hamdallaye ACI 2000 P +223-4490-0111/ 20 23 82 06 mbah@psimali.org	Alassane NIARE Chargé de Recherche Qualitative PSI/Mali Bamako, Hamdallaye ACI 2000 P +223-4490-0113/ 20 23 82 07 aniare@psimali.org
--	---	---

Citation suggérée :

PSI Research Division, "Mali (2012): Mesure de la couverture et de la qualité de couverture «des produits de marketing social » dans les milieux urbain et rural des 5 régions du Mali et la ville de Bamako " PSI Social Marketing Research Series, (2012) <http://www.psi.org/research/cat_socialresearch_smr.asp>.

Remerciements

Cette étude MAP sur la couverture et la qualité de la couverture des produits de marketing social a pu avoir lieu grâce à l'appui financier de l'USAID, KFW & WHP et l'appui technique de Sethson KASSEGNE (Chercheur régional PSI/WCA). L'étude a été conduite par le département de recherche de PSI/Mali : Mamadou Djouldé BAH, Sékou Adama TRAORE et Alassane NIARE avec l'appui des Départements "Planification Familiale et Prévention des maladies diarrhéiques", "Marketing et Communication", "Administration et Contract" et "Finance et Comptabilité". L'équipe de recherche a bénéficié de la collaboration de 12 agents enquêteurs et de quatre superviseurs. L'équipe de recherche réitère ici à tous, ses remerciements.

TABLE DES MATIERES

TABLE DES MATIERES	4
Résumé exécutif	5
Introduction	9
1. Objectifs de l'étude	10
2. Approche méthodologique	10
3. Résultats de l'étude	13
3.1 <i>Protector PLUS®</i>	13
3.1.1 Couverture et qualité de couverture	13
3.1.2 Taux de pénétration de Protector PLUS® dans les PDV	16
3.2 <i>Aquatabs®</i>	19
3.2.1 Couverture et qualité de couverture	19
3.2.2 Taux de pénétration d'Aquatabs® dans les PDV	21
3.3 <i>Taux de pénétration de Pilplan-d, Confiance et Misoprostol dans les pharmacies</i>	23
3.3.1 Taux de pénétration de Pilplan-d	23
3.3.2 Taux de pénétration de Confiance	24
3.3.3 Taux de pénétration de MisoClair et le Cytotec	26
Limites de l'étude	27
Conclusions et Recommandations Programmatiques	27
Annexe 1 : Exemple d'estimation de moyenne nationales	29
Annexe 2 : Fiche d'évaluation de la disponibilité des préservatifs et du produit de traitement de l'eau Aquatabs au Mali	30
Annexe 3 : Fiche d'évaluation de la disponibilité des contraceptifs hormonaux (oraux et injectables) et du misoprostol au Mali	34

Résumé exécutif

Contexte

Les maladies diarrhéiques constituent directement ou indirectement l'une des principales causes de décès des jeunes enfants dans pays en développement en générale et au Mali en particulier. Le programme de prévention des maladies diarrhéiques a démarré à PSI/Mali en 2005 avec des activités de communications pour le changement de comportement. Mais ce n'est qu'en juin 2009 que le produit de traitement d'eau Aquatabs a été lancé sur financement de l'USAID.

Par rapport à la santé reproductive, la planification familiale apporte beaucoup d'avantages aux individus et aux pays. Parmi les plus importants, on peut citer la réduction de la mortalité maternelle et infantile. Aussi, par rapport aux soins après avortement, il existe le curriculum de ce service au Mali depuis 1999 mais n'inclut pas les informations concernant le misoprostol. Actuellement le misoprostol est enregistré au Mali pour l'hémorragie du post-partum.

Conscient de la persistance des besoins non satisfaits en matière de planification familiale et des avantages de la planification familiale comme facteur d'amélioration de la santé maternelle et infantile, PSI/Mali a mis en œuvre un programme de marketing social depuis 2008 sur financement USAID en vue de contribuer à l'amélioration de l'état de santé de la population malienne en facilitant l'accès aux produits et services de santé aux populations démunies. L'objectif de ce programme est de contribuer à l'augmentation du taux de prévalence contraceptive moderne par la mise en œuvre d'activités de promotion des méthodes contraceptives telles que les contraceptifs hormonaux (Pilule Pilplan-d et l'injectable Confiance), le préservatif (Protector Plus).

Objectifs

L'étude MAP permet aux programmes de faire une évaluation de la disponibilité des produits, en utilisant des critères pré-définis pour la couverture et la qualité de la couverture. Les principaux objectifs de PSI/Mali à l'enquête de 2012 qui est au deuxième passage ont été de :

- Évaluer la couverture géographique des produits de marketing social et des marques du secteur privé ;
- Disposer les informations sur la qualité de couverture des produits ;
- Évaluer le taux de pénétration des produits au niveau des différents points de vente ;

- Disposer les informations sur le taux pénétration du marché des produits (Protector Plus®, Aquatabs® et misoprostol/cytotec®) dans les villages ou Sections d'énumération
- Déterminer le potentiel d'accroissement de la disponibilité des produits (intention de ventes) et les raisons du non vente des produits par certains points de vente.

Les standards minimum pour le taux de couverture des produits sont :

- Protector Plus 65%,
- Aquatabs 40%,
- Injectable (Confiance) et Pilule (Pilplan-d) 80%
- Misoprostol 25%

Méthodologie

Les études MAP utilisent la technique du Lot Quality Assurance Sampling (LQAS) ou l'Echantillonnage pour l'Assurance de la Qualité par Lot, pour tirer un échantillon aléatoire de 19 villages/quartiers de ville dans chacune des zones concernées par l'étude. Cette évaluation de la couverture du LQAS détermine la proportion de chaque zone de supervision (région) de PSI/Mali où Protector PLUS® et Aquatabs® sont disponibles. Le LQAS fournit une estimation de base de la couverture mais également de la qualité de couverture, c'est-à-dire la proportion de villages/quartiers dans chaque zone administrative (ici région) disposant du produit et qui adhèrent à des standards de qualité supplémentaires. Les standards de qualité sont mesurés avec les indicateurs suivants: (1) disponibilité des produits au moment de l'enquête (2) Produits clairement visibles dans les points de vente, (3) Le matériel de promotion est clairement visible (4) Les produits sont vendus aux prix recommandés par PSI/Mali (5) Points de vente remplissant les 4 premiers critères à la fois. Tous les points de vente des villages/SE sélectionnés ont été visités. Les données ont été collectées dans 3148 PDV en ce qui concerne la première composante et dans 373 PDV pour la seconde composante en décembre 2012.

Résultats clés

- Le niveau de couverture de Protector PLUS® s'élève à 71% en 2010 contre 64% en 2012 soit une régression 7% pendant une période de deux années au plan national urbain. Cette régression peut être expliquée par le fait qu'entre 2010 et 2012, PSI/Mali n'a mené aucune activité de balisage sur le terrain. Il varie fortement d'une région à l'autre. Les niveaux de couverture les plus élevés sont enregistrés dans le milieu urbain de région de Kayes (plus de 90%), Koulikoro (plus de 95%), Sikasso (90%) et en commune 2 de Bamako (plus de 85%), en plus de cela le milieu rural de Kayes (70%) et Sikasso (65%). Les plus faibles taux s'observent dans le milieu rural de Koulikoro (55%) et Mopti (20%). Comparativement à l'année 2010 les milieux urbains ont au

moins 70% de niveau de couverture ; le milieu rural de Ségou et Mopti enregistrent chacun 45%, le taux le plus faible.

- La qualité de couverture de Protector PLUS® est de 50% ou plus dans deux (2) communes de Bamako (commune 3, et 4), 70% ou plus dans le milieu urbain de Kayes, Koulikoro et commune 2 de Bamako en 2012. Par contre en 2010, elle est de 55% ou plus dans les six (6) commune de Bamako (commune 1,2,3,4,5 et 6) et 60% ou plus en milieu urbain de Kayes, Koulikoro, Sikasso et Ségou Cet indicateur a régressé dans le milieu rural entre 2010 et 2012, Koulikoro (40% contre 25%), Ségou (40% contre 25%) et Mopti (30% contre 20%). Pour ce qui concerne le respect du prix au niveau des PDV, nous constatons que dans la plus part des cas là où il y a la présence du produit, le milieu urbain des cinq régions et les six(6) commune de Bamako, le prix conventionnel est respecté malgré l'absence du matériel promotionnel au niveau du point de vente. En milieu rural le produit était en rupture et le prix conventionnel n'était pas respecté.
- En dépit de cette bonne couverture en milieu urbain, le taux de pénétration de Protector PLUS® est resté constante entre 2010 et 2012 (16%). Ce taux a régressé en milieu rural entre 2010 et 2012 de 12% à 10%.
- En ce qui concerne Aquatabs®, le taux de couverture à l'échelle nationale est de 27% en 2010 contre 28% en 2012, soit une augmentation de 1%. A l'exception de Kayes, Sikasso urbain et la commune 2 de Bamako qui ont les meilleurs taux de couverture. Les faibles taux s'observent dans le milieu rural de Kayes, koulikoro, Sikasso, Ségou, Mopti et dans les communes 1, 3, 4, 5,6 de Bamako.
- La qualité de couverture d'Aquatabs® en 2012 est moins de 50% par tout sauf à Kayes urbain où elle enregistre son taux le plus élevé 60%. En 2010, elle était de 50% et plus en milieu urbain de Kayes, Koulikoro, Sikasso, Ségou et en commune 1 de Bamako.
- Le taux de pénétration d'Aquatabs® est faible (6%) en 2012 contre (8%) en 2010.
- Enfin, le taux de pénétration de Confiance et Pilplan-d est jugé excellent dans les pharmacies respectivement (93% et 95%) et acceptable dans les CSCOM/CSREF respectivement (69% et 50%). Pour le Misoprostol, l'objectif de 25% n'est pas atteint dans les pharmacies (23%).

Recommandations programmatiques

Au regard des résultats de l'étude, il importe de :

- Augmenter le niveau de pénétration aussi bien d'Aquatabs® que de Protector PLUS® en étendant le réseau des points de vente aux boutiques et étalages en s'appuyant sur le réseau existant durant des années et en créant de nouveau point de vente, en particulier dans les zones où la couverture

actuelle est faible. Pour le Protector PLUS® dans le milieu rural de Ségou, Mopti et dans les communes 1 et 5 de Bamako et pour d'Aquatabs® dans les milieux urbains et ruraux de Kayes, Koulikoro, Sikasso, Ségou, Mopti et dans les communes 1, 3, 4, 5,6 de Bamako.

- Intensifier le balisage des points de vente par des supports promotionnels de Protector PLUS® en accentuant nos efforts dans le milieu rural de Ségou, Mopti et dans les communes 1 et 5 de Bamako et enfin partout ailleurs pour Aquatabs®.
- Intensifier les campagnes de communication afin de faire la promotion d'Aquatabs et de Protector PLUS® pour que ces produits soient mieux connus par la population des milieux ruraux et surtout pour Aquatabs où la disponibilité était faible au moment de l'enquête.
- Accentuer la distribution d'Aquatabs au niveau des boutiques, étalages et centre de santé/ clinique afin de permettre à une plus grande population de disposer du produit.
- Élargir le réseau de distribution de Confiance et Pilplan-d dans les CSCOM/CSREF et le Misoprostol dans les pharmacies.

Introduction

Population Services International (PSI) est une ONG internationale spécialisée dans le marketing social des produits de santé (planification familiale, prévention du VIH, survie de la mère et de l'enfant, etc). PSI couvre aujourd'hui plus de 70 pays dans le monde et se sert du marketing social pour fournir des produits, services et informations qui peuvent permettre aux personnes à faible revenu ou d'autres personnes vulnérables de mener une vie plus saine. PSI/Mali est une filiale de Population Services International (PSI) depuis 2001. Les activités de PSI/Mali visent essentiellement à :

- Réduire le taux d'incidence de l'infection à VIH et l'impact du VIH/sida sur la population du Mali par la mise en œuvre des activités de communication pour le changement de comportements et le marketing social des produits et services de prévention du VIH (condom Protector PLUS, conseils et dépistage volontaire) ;
- Améliorer l'état de santé des femmes enceintes, des mères et des enfants par la promotion des produits tels que les moustiquaires imprégnées d'insecticide (Permanet), et le produit de traitement à domicile de l'eau Aquatabs, par la prise en charge à domicile des enfants de moins de 5 ans souffrant de paludisme par les Combinaisons Thérapeutiques à base d'Artémisinine (CTA) et par l'abandon des mutilations génitales féminines (MGF/ Excision);
- Améliorer le bien-être des familles par la promotion des produits de planification familiale tels que Pilplan-D (pilule), Confiance (injectable de trois mois), les méthodes de longue durée (DIU et Implant).

Dans le cadre des activités de prévention du VIH, ces activités sont menées à travers un réseau national de distribution des produits et sont soutenues par des campagnes et supports de promotion. Avec neuf ans d'expérience dans la mise en œuvre des programmes de lutte contre le VIH/sida, la promotion de la santé de la reproduction, de survie de l'enfant au Mali, PSI/Mali exécute depuis octobre 2008, sur financement de l'USAID et de la KfW, le programme de promotion et de distribution de ses produits de marketing social. L'un des principaux objectifs de ce projet est d'améliorer, au plan national, le niveau de couverture des produits de marketing social. Des condoms sont aussi distribués gratuitement au cours des différentes activités de communication menées par PSI/Mali et à travers un réseau d'ONG nationales intervenant dans le domaine de la prévention du VIH/sida.

Au plan national, le curriculum du service de soins après avortement existe depuis 1999 mais n'inclut pas les informations concernant le misoprostol. Actuellement le misoprostol est enregistré au Mali pour l'hémorragie du post-partum. A ce jour, les interventions de PSI/Mali en planification familiale démontrent un fort engagement pour la santé maternelle et infantile. Avec un réseau d'offices pharmaceutiques et de cliniques privées, les sage-femmes formées et motivées, PSI/Mali va faire un plaidoyer pour l'enregistrement du misoprostol pour les soins après avortement et assister le gouvernement pour rendre accessible le misoprostol au niveau de toutes les installations sanitaires afin de contribuer considérablement à la réduction du taux de mortalité maternelle.

La promotion du produit de traitement de l'eau a commencé par la mise en place d'une équipe de 25 promoteurs chargés de créer les points de vente sur l'ensemble du territoire à l'exception des régions du Nord (Gao, Tombouctou et Kidal) pour des raisons de sécurité. La distribution du produit Aquatabs se fait dans le réseau de distribution des produits de grande consommation, du circuit des produits pharmaceutiques et un réseau à base communautaire depuis Août 2010 grâce au programme de l'ONG Keneya Ciwara II qui encadre un réseau de plus de 10.000 relais communautaires repartis sur toute l'étendu du territoire national. Ces activités ont été soutenues par un important programme de communication à la radio ainsi qu'à la télévision nationale (ORTM) pour accompagner la distribution du produit.

1. Objectifs de l'étude

Cette étude vise d'une manière générale à fournir des informations sur la couverture, la qualité de la couverture et l'accès aux produits de marketing social (Condom Protector PLUS®, pilule *Pilplan-d*®, l'injectable *Confiance*® et Aquatabs®) et misoprostol/cytotec® pour les soins après avortement dans le cadre de la mise en œuvre du programme WHP au Mali.

De façon spécifique, l'étude vise à :

- Évaluer la couverture géographique des produits de marketing social et des marques du secteur privé;
- Disposer d'informations sur la qualité de couverture des produits ;
- Évaluer le taux de pénétration des produits au niveau des différents points de vente ;
- Disposer d'informations sur le taux de pénétration des produits (Protector Plus®, Aquatabs® et misoprostol/cytotec®) ;
- Déterminer le potentiel d'accroissement de la disponibilité des produits (intention de ventes) et les raisons du non vente des produits par certains points de vente.

2. Approche méthodologique

Afin d'évaluer la couverture et la qualité de couverture, PSI/Mali a initié l'enquête MAP pour la seconde fois après celle qui a été réalisée en décembre 2012. Cette deuxième édition a collecté les données sur l'approche du marché total mais les résultats de cette partie seront traités dans un rapport séparé.

2.1 Personnel de terrain

En prélude à la mise en œuvre de l'étude, 12 agents enquêteurs originaires des diverses régions ont été recrutés par PSI/Mali. Ils ont été formés sur la technique du LQAS et les stratégies de collecte de données

retenues pour cette enquête. Ils ont eu pendant cette formation à se familiariser aussi avec l'outil de collecte. Le travail de ces agents s'est déroulé sous la supervision directe de trois chercheurs de PSI/Mali appuyé par un Superviseur extérieur.

2.2 Zone d'étude et échantillonnage

L'étude a couvert les milieux urbain et rural des cinq (5) régions du Mali et le district de Bamako et vise à obtenir des résultats pour chaque milieu de résidence par région et pour chaque commune de Bamako. Pour la première composante relative à la population générale, un échantillon aléatoire de 19 villages a été tiré dans le milieu rural de chacune des 5 régions du pays retenues. Pour les grandes villes de ces 5 régions (Kayes, Koulikoro, Sikasso, Ségou et Mopti) et des communes de Bamako, ce sont les Sections d'Énumération (SE) qui ont été tirées à la place des villages. Ainsi, 304 unités géographiques au total ont été visités dont 209 SE en milieu urbain et 95 villages en milieu rural (pour le condom Protector Plus et Aquatabs). Le village/SE a été considéré comme l'unité primaire d'échantillonnage. La base de sondage est constituée de la liste ordonnée des villages et SE produite au dernier recensement de la population en 2009. L'unité d'analyse pour le taux de pénétration est constituée des points de vente (PDV) dans les localités de l'échantillon.

En ce qui concerne la deuxième composante relative aux officines de pharmacie et les structures sanitaires publiques (pour les contraceptifs hormonaux (Pilplan-d® et Confiance®) et le produit de soins après avortement (Misoprostol)), une liste exhaustive des officines et des structures sanitaires publiques a été utilisée dans les 6 régions concernées. Seulement le milieu urbain a été pris en compte dans cette composante. Au total, 373 officines/ structures sanitaires publiques ont été concernées.

L'étude à couvert les centres de santé publics et communautaires, les pharmacies, les dépôts pharmaceutiques, les vendeurs de médicaments, les boutiques, les supermarchés, les kiosques et tabliers fixes ou mobiles comme points de vente potentiels des deux produits (Aquatabs et Protector PLUS). Les hôtels/motels/auberges/ bars restaurants et les maisons closes ont, en plus, été visités pour Protector PLUS.

2.3 Stratégie de collecte

Dans chaque village/quartier, l'agent enquêteur se rend d'abord chez le chef de village/quartier pour se présenter à lui et pour lui présenter l'objet de sa visite. Ce dernier lui donne des indications sur les limites du village et le renseigne sur des zones où les diverses catégories de PDV se situent. Les zones commerciales du village/quartier sont recherchées par l'agent enquêteur. En outre, il parcourt les

principaux axes routiers de la localité à la recherche des PDV. La technique de boule de neige est aussi utilisée pour retrouver d'autres PDV.

2.4 Outils de collecte de données

Une fiche d'audit (4 pages) portant sur les préservatifs (Protector PLUS® etc.) & Aquatabs® et une deuxième (4 pages) sur les contraceptifs hormonaux (Pilplan-d® et Confiance®) ainsi que les produits de soins après avortement (Misocclair®/Cytotec®) ont été utilisés pour collecter les données.

2.5 Traitement des données

Le dépouillement manuel des données a été parachevé sur le terrain lors des séances organisées par le superviseur et les équipes d'enquêteurs dans chaque région ou commune de Bamako. La compilation des informations des fiches de dépouillement a été effectuée par l'équipe de recherche. Par la suite, un masque de saisie a été conçu pour enregistrer les données à l'aide du logiciel Epi-Info 6. Les données ainsi saisies doublement par différents agents de saisie ont été ensuite transférées vers SPSS 17.0 et un programme d'apurement élaboré à l'aide de ce logiciel a aidé à nettoyer les bases de données.

Les résultats relatifs au niveau de couverture ont été obtenus à partir de la table de décision du LQAS. Les objectifs de la couverture et de la qualité de couverture ont été fixés au préalable sur les résultats de la précédente enquête réalisée en 2010. La moyenne nationale pondérée obtenue à partir de cette étude sera donc utilisée comme objectif de la couverture pour les prochaines recherches.

2.6 Difficultés rencontrées

Pendant la collecte des données, les difficultés d'accès à certaines régions ont quelque peu compliqué la tâche aux enquêteurs et aux superviseurs. Les superviseurs ont parfois dû passer beaucoup de temps à rechercher les enquêteurs sur le terrain en raison de la longue distance entre certains villages et de l'inaccessibilité de certains villages due à l'état montagneux du milieu. Aussi, les difficultés dans l'administration des fiches surtout par rapport aux questions TMA dans la quantification du stock et la date d'approvisionnement.

3. Résultats de l'étude

3.1 Protector PLUS®

3.1.1 Couverture et qualité de couverture

Couverture

La couverture nationale du condom Protector PLUS ® en milieu urbain est de 71% en 2010 contre 64% en 2012, avec un recul de 7% à l'échelle nationale urbaine au cours de deux dernières années. En 2012, on remarque que la couverture est bonne en milieu urbain (64%) qu'en rurale où elle est faible (42%). Cet indicateur est de loin en deçà de l'objectif de 65%.

En milieu rural la couverture du condom Protector PLUS® était de 44% en 2010 contre 42% en 2012, soit un recul de 2%.

Qualité de couverture

Disponibilité de Protector PLUS® au moment de l'enquête

Au moment de l'enquête, en milieu urbain, Protector PLUS® était disponible dans la plupart des villages/SE vendant habituellement le produit. La disponibilité a connu une bonne variabilité par zone de 65% à 80%, au cours des deux dernières années. Excepté les communes 1, 5 et 6 de Bamako qui ont enregistré respectivement (50%, 45% et 55%). Cette variabilité est en dessus de la moyenne nationale pondérée du milieu urbain (48.2%) (Tableau 1a).

En milieu rural Sikasso et Ségou ont connu les taux les plus élevés respectivement (40%, 55%); Kayes et Koulikoro respectivement (35%, 30%) et Mopti une mauvaise couverture avec seulement 20% (tableau 1b).

Tableau 1a: Résultats Protector PLUS® au niveau du milieu urbain des 5 régions du Mali et la ville de Bamako– Novembre 2012

Régions	COUVERTURE					QUALITE DE LA COUVERTURE																			
	Nombre de villages/SE parcourus	Proportion des villages/SE disposant d'au moins un PDV avec Protector PLUS®				Proportion des villages/SE où le matériel de promotion de Protector PLUS® est affiché dans au moins un PDV				Proportion des villages/SE où le produit est vendu au prix recommandé dans au moins un PDV				Proportion des villages/SE où Protector PLUS® est visible dans au moins un PDV au moment de l'enquête				Proportion des villages/SE où il n'y a pas de rupture de stock au moment de l'enquête				Proportion des villages/SE où les quatre conditions sont remplies à la fois dans au moins un PDV			
		2010		2012		2010		2012		2010		2012		2010		2012		2010		2012		2010		2012	
	N	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Kayes urbain	19	19	>95	15	>90%	18	>95	12	>75%	19	>95	15	>90%	19	>95	14	85%	19	>95	13	80%	18	>95	11	70%
Koulikoro urbain	19	18	>95	18	>95%	16	95	15	90%	18	>95	18	>95%	16	95	14	85%	18	>95	13	80%	15	90	13	80%
Sikasso urbain	19	16	95	15	90%	15	90	12	75%	16	95	15	90%	16	95	11	70%	16	95	11	70%	14	85	8	55%
Ségou urbain	19	11	70	12	75%	9	60	8	55%	11	70	12	75%	11	70	12	75%	11	70	12	75%	9	60	8	55%
Mopti urbain	19	11	70	11	70%	9	60	6	45%	10	65	10	65%	11	70	10	65%	11	70	11	70%	8	55	5	40%
Bamako, Commune1	19	14	85	10	65%	10	65	5	40%	14	85	10	65%	12	75	7	50%	13	80	7	50%	9	60	4	35%
Bamako, Commune2	19	15	90	14	85%	8	55	12	75%	15	90	14	85%	12	75	12	75%	12	75	12	75%	8	55	12	75%
Bamako, Commune3	19	11	70	15	90%	10	65	8	55%	10	65	14	85%	11	70	11	70%	10	65	11	70%	9	60	8	55%
Bamako, Commune4	19	12	75	12	75%	9	60	9	60%	11	70	12	75%	12	75	10	65%	12	75	10	65%	9	60	9	60%
Bamako, Commune5	19	14	85	11	70%	8	55	5	40%	14	85	11	70%	14	85	6	45%	14	85	6	45%	8	55	5	40%
Bamako, Commune6	19	12	75	11	70%	9	60	7	50%	12	75	11	70%	12	75	7	50%	12	75	8	55%	9	60	6	45%
Ensemble	304		71%		64%		53,2%		41%		70%		63,4%		68%		47,4%		69%		48,2%		51%		37,1%

Objectif : 65%; Point de décision : 7

Légende :

- 65% à Plus de 95% : Bonne
- 50% à 64% : Acceptable
- 20% à 49%: Mauvaise

Tableau 1b: Résultats Protector PLUS® au niveau du milieu rural des 5 régions du Mali– Novembre 2012

Régions	COUVERTURE					QUALITE DE LA COUVERTURE																			
	Nombre de villages/SE parcourus	Proportion des villages/SE disposant d'au moins un PDV avec Protector PLUS®				Proportion des villages/SE où le matériel de promotion de Protector PLUS® est affiché dans au moins un PDV				Proportion des villages/SE où le produit est vendu au prix recommandé dans au moins un PDV				Proportion des villages/SE où Protector PLUS® est visible dans au moins un PDV au moment de l'enquête				Proportion des villages/SE où il n'y a pas de rupture de stock au moment de l'enquête				Proportion des villages/SE où les quatre conditions sont remplies à la fois dans au moins un PDV			
		2010		2012		2010		2012		2010		2012		2010		2012		2010		2012		2010		2012	
	N	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Kayes rural	19	11	70	11	70%	8	55	3	30%	10	65	7	50%	11	70	4	35%	11	70	4	35%	7	50	0	<20%
Koulikoro rural	19	10	65	8	55%	6	45	2	25%	7	50	7	50%	10	65	2	25%	10	65	3	30%	5	40	2	25%
Sikasso rural	19	9	60	10	65%	7	50	6	45%	7	50	9	60%	8	55	6	45%	8	55	5	40%	6	45	4	35%
Ségou rural	19	6	45	9	60%	5	40	4	25%	5	40	8	55%	6	45	7	50%	6	45	8	55%	5	40	2	25%
Mopti rural	19	6	45	1	20%	5	40	1	20%	5	40	1	20%	5	40	1	20%	5	40	1	20%	3	30	1	20%
Ensemble	304	44,3%		42%		33%		17%		36%		33,6%		42%		21,5%		42%		22,6%		27%		10,13%	

Légende :

- 65% à Plus de 95% : Bonne
- 50% à 64% : Acceptable
- 20% à 49%: Mauvaise

Visibilité de Protector PLUS® sur les PDV au moment de l'enquête

L'indicateur de qualité de couverture relative à la visibilité du produit a enregistré son plus faible taux à Bamako plus précisément en commune 5 (45%), commune 1 et 6 (50%). Entre 2010 et 2012, cet indicateur a légèrement régressé dans chaque zone.

En milieu rural le taux de la visibilité varie entre (20 à 50%), ce qui montre que la qualité de couverture relative à la visibilité est mauvaise en milieu rural. De 2010 à 2012, le taux de visibilité a considérablement diminué et peut aller souvent à 35%.

Présence de matériel de promotion au niveau des PDV au moment de l'enquête

En ce qui concerne la présence de matériel de promotion au niveau des PDV, les taux les plus élevés ont été enregistrés en milieu urbain de Koulikoro (90%), Kayes (plus de 75%), Sikasso et la commune 2 de Bamako (75%). Dans ces milieux la qualité est jugée bonne. En 2010, le taux le plus faible était 55% en milieu urbain de la commune 2 et 5 de Bamako contre 40% en 2012 pour la commune 1 et 5 de Bamako. En milieu rural, en 2012, cet indicateur a enregistré (20%) à Mopti, Ségou et Koulikoro (25%) contre 40% à Ségou et Mopti, 55% à Kayes en 2010.

Respect du prix conventionnel au niveau des PDV au moment de l'enquête

Parlant du respect du prix au niveau des PDV, en milieu urbain, le niveau de l'indicateur de qualité varie entre 65% et plus de 95%. Entre 2010 et 2012, il a été constant en milieu urbain de Mopti 65%. En milieu rural, il a enregistré son plus faible taux à Mopti (20%) en 2012.

Bonne qualité de couverture au moment de l'enquête

La bonne qualité de couverture désigne ici la proportion de villages/SE remplissant à la fois les quatre critères de qualité de couverture : disponibilité, visibilité du produit, respect du prix conventionnel et présence de matériel promotionnel sur les points de vente. C'est le milieu urbain de Koulikoro qui a la meilleure qualité de couverture (80%) suivi de ceux de la commune 2 de Bamako (75%) et Kayes (70%). Entre 2010 et 2012, en milieu urbain, on constate une légère régression de ce taux, Kayes (plus de 90% contre 70%), Koulikoro (90% contre 80%), commune 5 de Bamako (55% contre 40%). Dans le milieu rural, il est à Sikasso (45% contre 35%), Ségou (45% contre 35%) et constant en Mopti (20%).

3.1.2 Taux de pénétration de Protector PLUS® dans les PDV

Le taux de pénétration est le rapport entre le nombre de PDV vendant habituellement le produit et le nombre total de PDV visités. La pénétration moyenne de Protector PLUS dans les cinq régions urbaines et la ville de Bamako est restée constante entre 2010 et 2012 (16%). Il faut noter une grande disparité de cette pénétration selon les milieux de résidence par région et par commune de Bamako : les plus faibles taux s'observent à Mopti rural 8% en 2010 contre 3% en 2012 tandis que les plus élevés sont enregistrés à Koulikoro urbain 30% en 2010 contre 23% en 2012 ; Kayes urbain 23% en 2010 contre 22% en 2012 et Sikasso rural 9% en 2010 contre 20% en 2012.

Il importe de signaler ici qu'avec un taux de pénétration de à l'échelle nationale 14%, un taux de couverture de 46% en 2012 a pu être atteint en milieu urbain au plan national excepté les régions du nord. Ainsi, les PDV qui distribuent Protector PLUS® sont globalement bien répartis à travers le pays. Ce taux de pénétration a toutefois besoin d'être amélioré.

Tableau 2a : Taux de pénétration de Protector PLUS® selon les types de point de vente et le milieu urbain des 5 régions du Mali ainsi que les 6 communes de Bamako

Type de point de vente	Nombre de PDV visités	Nombre de PDV vendant Protector PLUS®	Taux de pénétration	
			2010	2012
			%	%
Pharmacie ou dépôt pharmaceutiques	48	43	83	90
Centre de santé/ Cliniques	13	8	31	62
Boutiques	1681	226	17	13
Kiosques	396	49	15	12
Tablier fixe ou mobiles	242	14	6	6
Vendeur ambulant de médicaments	86	40	-	47
HORECA (Hôtels/auberges, Restaurants/Bar, Cafeterias)	36	8	36	22
Région				
Kayes urbain	309	67	23	22
Koulikoro urbain	279	64	30	23
Sikasso urbain	276	38	19	14
Ségou urbain	226	36	15	16
Mopti urbain	214	25	13	12
Bamako, Commune 1	133	17	11	13
Bamako, Commune 2	232	37	11	16
Bamako, Commune 3	219	32	11	15
Bamako, Commune 4	183	32	9	17
Bamako, Commune 5	235	23	15	10
Bamako, Commune 6	196	17	12	9
NATIONAL	2502	388	16	16

Tableau 2b Taux de pénétration de Protector PLUS® selon les types de point de vente et le milieu rural des 5 régions du Mali

Type de point de vente	Nombre de PDV visités	Nombre de PDV vendant Protector PLUS®	Taux de pénétration	
			2010	2012
			%	%
Boutiques	494	49	12	10
Kiosques	13	0	0	0
Tablier fixe ou mobiles	112	9	3	8
Vendeur ambulant de médicaments	22	6	-	27
HORECA (Hôtels/auberges, Restaurants/Bar, Cafeterias)	5	0	0	0
Région				
Kayes rural	215	14	13	7
Koulikoro rural	123	13	20	11
Sikasso rural	119	24	9	20
Ségou rural	109	11	15	10
Mopti rural	80	2	8	3
NATIONAL	646	64	12	10

3.2 Aquatabs®

3.2.1 Couverture et qualité de couverture

Couverture

L'objectif de couverture est de 40%. Comme le montre le tableau 3a, le niveau de couverture en milieu urbain varie entre 54% en 2010 et 34,4% en 2012 avec une régression de 20%, cet indicateur est en deçà de l'objectif de 6%. On constate que la couverture est bonne en milieu urbain de Kayes, Sikasso et commune 2 de Bamako où sont respectivement enregistrés les taux de 85%, 70% et 65%.

Tableau 3a : Résultats Aquatabs® au niveau du milieu urbain des 5 régions du Mali et la ville de Bamako– Novembre 2012

Régions	COUVERTURE						QUALITE DE LA COUVERTURE														
	Nombre de villages/ SE parcourus	Proportion des villages/SE disposant au moins un PDV avec Aquatabs				Proportion des villages/SE où le matériel de promotion est affiché dans au moins un PDV				Proportion des villages/SE où Aquatabs® est visible dans au moins un PDV au moment de l'enquête				Proportion des villages/SE où il n'y a pas de rupture de stock dans au moins un PDV au moment de l'enquête				Proportion des villages/SE où les trois conditions sont remplies à la fois dans au moins un PDV			
		2010		2012		2010		2012		2010		2012		2010		2012		2010		2012	
N	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Kayes urbain	19	18	>95	14	85%	11	70	9	60%	15	90	10	65%	15	90	10	65%	10	65	9	60%
Koulikoro urbain	19	15	90	9	60%	8	55	4	35%	11	70	5	40%	14	85	6	45%	7	50	3	30%
Sikasso urbain	19	9	60	11	70%	8	55	3	30%	9	60	5	40%	9	60	5	40%	7	50	3	30%
Ségou urbain	19	13	80	9	60%	11	70	1	20%	12	75	1	20%	12	75	2	25%	11	70	1	20%
Mopti urbain	19	4	35	5	40%	1	20	2	25%	4	35	4	35%	4	35	4	35%	1	20	2	25%
Bamako, Commune1	19	14	85	9	60%	8	55	3	30%	11	70	4	35%	11	70	4	35%	7	50	3	30%
Bamako, Commune2	19	11	70	10	65%	7	50	4	35%	6	45	5	40%	9	60	6	45%	6	45	4	35%
Bamako, Commune3	19	6	45	5	40%	3	30	1	20%	5	40	1	20%	6	45	1	20%	3	30	1	20%
Bamako, Commune4	19	8	55	6	45%	4	35	2	25%	8	55	2	25%	8	55	3	30%	4	35	2	25%
Bamako, Commune5	19	10	65	6	45%	5	40	0	<20%	10	65	0	<20%	10	65	0	<20%	4	35	0	<20%
Bamako, Commune6	19	9	60	9	60%	6	45	3	30%	9	60	3	30%	9	60	3	30%	6	45	3	30%
Ensemble	304	54%		34,4%		33%		13,2%		48%		16%		50%		17,4%		30%		13%	

Objectif : 40%; Point de décision : 1

Légende :

- 65% à Plus de 95% : Bonne
- 50% à 64% : Acceptable
- 20% à 49%: Mauvaise

Tableau 3b : Résultats Aquatabs® au niveau du milieu rural des 5 régions du Mali– Novembre 2012

Régions	COUVERTURE				QUALITE DE LA COUVERTURE																
	Nombre de villages/ SE parcourus	Proportion des villages/SE disposant au moins un PDV avec Aquatabs		Proportion des villages/SE où le matériel de promotion est affiché dans au moins un PDV		Proportion des villages/SE où Aquatabs® est visible dans au moins un PDV au moment de l'enquête		Proportion des villages/SE où il n'y a pas de rupture de stock dans au moins un PDV au moment de l'enquête		Proportion des villages/SE où les trois conditions sont remplies à la fois dans au moins un PDV											
		2010	2012	2010	2012	2010	2012	2010	2012	2010	2012	2010	2012								
N	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%			
Kayes rural	19	7	50	3	30%	5	40	0	<20%	6	45	0	<20%	6	45	0	<20%	5	40	0	<20%
Koulikoro rural	19	9	60	6	45%	7	50	2	25%	7	50	2	25%	9	60	4	35%	4	35	2	25%
Sikasso rural	19	0	<20	6	45%	0	<20	5	40%	0	<20	5	40%	0	<20	5	40%	0	<20	5	40%
Ségou rural	19	3	30	4	35%	2	25	0	<20%	3	30	0	<20%	3	30	1	20%	2	25	0	<20%
Mopti rural	19	1	20	4	35%	0	<20	0	<20%	0	<20	1	20%	0	<20	2	25%	0	<20	0	<20%
Ensemble	304	21%		25%		15%		8%		17%		26%		19%		13,5%		11%		7%	

Qualité de couverture

Disponibilité d'Aquatabs® au moment de l'enquête

Au moment de l'enquête, Aquatabs® n'était pas disponible dans la plupart des villages/SE vendant habituellement le produit. En milieu urbain les taux le plus élevés de la disponibilité a été constant entre 2010 et 2012 à Kayes (65%). De même, il a enregistré respectivement (75% contre 25%) à Ségou, (65% contre moins de 20%) en commune 5 de Bamako. S'agissant du milieu rural, la disponibilité d'Aquatabs était très faible entre 2010 et 2012, on remarque respectivement (45% contre moins de 20) à Kayes, (moins de 20 contre 40%) à Sikasso et à Mopti (moins de 20% contre 25%).

Visibilité d'Aquatabs® sur les PDV au moment de l'enquête

L'indicateur de qualité de couverture relative à la visibilité du produit varie entre moins 20% et 65% dans les villages/SE. Le meilleur taux est 65% enregistré dans le milieu urbain de Kayes. Par ailleurs en milieu urbain et rural ce taux est très faible, en comparaisons des deux dernières années.

Présence de matériel de promotion au niveau des PDV au moment de l'enquête

Dans le tableau 2a et 2b, la présence de matériel de promotion au niveau des PDV atteint rarement 40% en milieu urbain et rural, excepté le milieu urbain de Kayes où il est de 60%. Entre 2010 et 2012, ce taux a baisse presque du moitié.

Bonne qualité de couverture au moment de l'enquête

La bonne qualité de couverture désigne ici la proportion de villages/SE remplissant à la fois les trois critères de qualité de couverture : disponibilité, visibilité du produit et présence de matériel promotionnel au niveau des points de vente. Le milieu urbain de Kayes a été distingué par le taux le plus élevé (60%), ce taux atteint à peine 40% ailleurs en milieu urbain et rural.

3.2.2 Taux de pénétration d'Aquatabs® dans les PDV

Pénétration

Le taux moyen de pénétration d'Aquatabs® dans le milieu urbain de cinq régions et la ville de Bamako est de 8% en 2010 contre 6% en 2012 soit une régression de 2%. En milieu rural, il est de 7% en 2010 contre 4% en 2012. On remarque une grande disparité de ce taux selon le milieu et les communes de Bamako : les plus faibles taux ont été enregistrés à Kayes rural (1%), Mopti urbain, commune 1, 3 et 5 (3%). Par contre, il est de 11% à Kayes urbain, 9% dans la commune 1, 8% dans la commune 6 de Bamako et Koulikoro rural.

Tableau 4a : Taux de pénétration d'Aquatabs® selon les types de point de vente et le milieu urbain des 5 régions du Mali ainsi que les 6 communes de Bamako

Type de point de vente	Nombre de PDV visités	Nombre de PDV vendant Aquatabs®	Taux de penetration	
			2010	2012
			%	%
Pharmacie ou dépôt pharmaceutiques	48	40	66	83
Centre de santé/ Cliniques	13	3	4	23
Boutiques	1681	96	9	6
Kiosques	396	10	6	3
Tablier fixe ou mobiles	242	2	2	1
Vendeur ambulant de médicaments	86	3	-	3
Région				
Kayes urbain	304	33	11	11
Koulikoro urbain	278	19	11	7
Sikasso urbain	272	19	6	7
Ségou urbain	223	10	10	4
Mopti urbain	207	7	3	3
Bamako, Commune 1	129	12	11	9
Bamako, Commune 2	231	16	8	7
Bamako, Commune 3	214	7	5	3
Bamako, Commune 4	182	8	4	4
Bamako, Commune 5	232	8	6	3
Bamako, Commune 6	194	15	6	8
NATIONAL	2466	154	8	6

Tableau 4b : Taux de pénétration d'Aquatabs® selon les types de point de vente et le milieu rural des 5 régions du Mali

Type de point de vente	Nombre de PDV visités	Nombre de PDV vendant Aquatabs®	Taux de pénétration	
			2010	2012
			%	%
Boutiques	494	17	8	3
Kiosques	13	0	0	0
Tablier fixe ou mobiles	112	7	0	6
Vendeur ambulant de médicaments	21	4	-	18
Région				
Kayes rural	213	3	9	1
Koulikoro rural	122	10	19	8
Sikasso rural	117	7	0	6
Ségou rural	109	4	9	4
Mopti rural	80	4	1	5
NATIONAL	641	28	7	4

3.3 Taux de pénétration de Pilplan-d, Confiance et Misoprostol dans les pharmacies

3.3.1 Taux de pénétration de Pilplan-d

Le taux de pénétration de Pilplan-d est qualifié excellent dans les pharmacies des villes des cinq régions et la ville de Bamako. Ce taux est de 95% qui est au delà de l'objectif fixé de 80%. Il est de 100% à Koulikoro, Ségou ainsi que dans les communes 3 et 5 de Bamako. Dans les CSCOM/CSREF les taux les plus élevés sont enregistrés à Mopti, Sikasso et Ségou respectivement (67%, 71% et 78%).

Tableau 5: Taux de pénétration de Pilplan-d dans les pharmacies des 5 régions du Mali ainsi que les 6 communes de Bamako

Régions	PHARMACIE					CSCOM/CSREF				
	Nombre de Pharmacie	Pharmacie qui dispose le Pilplan-d	^a Pharmacie où le paquet de Pilplan-d est visible	^b Pharmacie qui n'est pas en rupture de stock	¹ Pharmacie où les deux conditions sont remplies à la fois	Nombre de CSCOM	CSCOM/CSREF qui dispose le Pilplan-d	CSCOM/CSREF où le paquet de Pilplan-d est visible	CSCOM/CSREF qui n'est pas en rupture de stock	CSCOM/CSREF où les deux conditions sont remplies à la fois
Kayes urbain	16	88	88	88	81	6	17	17	17	17
Koulikoro urbain	17	100	65	94	59	8	38	25	38	25
Sikasso urbain	20	90	75	80	70	7	71	57	71	57
Ségou urbain	22	100	50	100	50	9	78	33	89	33
Mopti urbain	17	88	12	82	12	6	67	50	67	50
Bamako, Commune 1	36	94	86	97	86	10	50	40	50	40
Bamako, Commune 2	26	96	96	100	96	4	75	50	75	50
Bamako, Commune 3	27	100	100	100	100	8	50	50	50	50
Bamako, Commune 4	36	97	94	100	94	15	47	33	47	33
Bamako, Commune 5	38	100	87	100	87	8	25	13	25	13
Bamako, Commune 6	28	89	57	100	57	9	44	44	44	44
Ensemble	283	95	77	96	76	90	50	37	51	37

¹(a et b sont les deux condition)

Légende :

- 65% à Plus de 95% : Bonne
- 50% à 64% : Acceptable
- 20% à 49%: Mauvaise

3.3.2 Taux de pénétration de Confiance

Le taux de pénétration de Confiance est jugé d'une qualité excellente dans les pharmacies des villes des cinq (5) régions et la ville de Bamako. Ce taux est de 93% qui dépasse l'objectif de 80%. Il est de 100% à Koulikoro ainsi qu'en commune 2 et 3 de Bamako. Dans les CSCOM/CSREF le taux est de 69% variant entre 43% et 100% par région et commune. Les taux les plus élevés sont 100% enregistré en commune 2 et 6 de Bamako.

Tableau 6: Taux de pénétration de Confiance dans les pharmacies des 5 régions du Mali ainsi que les 6 communes de Bamako

Régions	PHARMACIE					CSCOM/CSREF				
	Nombre de Pharmacie	Pharmacie qui dispose la Confiance	Pharmacie où le paquet de Confiance est visible	Pharmacie qui n'est pas en rupture de stock	Pharmacie où les deux conditions sont remplies à la fois	Nombre de CSCOM	CSCOM/CSREF qui dispose la Confiance	CSCOM/CSREF où le paquet de Confiance est visible	CSCOM/CSREF qui n'est pas en rupture de stock	CSCOM/CSREF où les deux conditions sont remplies à la fois
	N	%	%	%	%	N	%	%	%	%
Kayes urbain	16	94	88	94	81	6	83	83	83	83
Koulikoro urbain	17	100	71	100	71	8	63	50	63	50
Sikasso urbain	20	85	55	80	55	7	43	43	57	43
Ségou urbain	22	86	18	86	18	9	44	22	44	22
Mopti urbain	17	88	12	88	12	6	83	33	83	33
Bamako, Commune 1	36	92	92	92	92	10	70	70	60	70
Bamako, Commune 2	26	100	92	100	92	4	100	100	100	100
Bamako, Commune 3	27	100	96	100	96	8	50	50	63	50
Bamako, Commune 4	36	92	94	94	89	15	80	60	80	60
Bamako, Commune 5	38	95	92	95	90	8	50	50	63	50
Bamako, Commune 6	28	86	54	96	54	9	100	100	100	100
Ensemble	283	93	74	94	73	90	69	59	71	59

3.3.3 Taux de pénétration de MisoClair et le Cytotec

Le taux de pénétration de misoprostol est de (23%). Pour le Cytotec ce taux est de 13% contre 7% de MisoClair dans les pharmacies des villes des cinq régions et de Bamako. L'objectif fixé à 25% n'est pas atteint. Pour Cytotec ce taux est supérieur à celui du niveau national à Kayes, Koulikoro et commune 1 de Bamako. S'agissant de MisoClair la ville de Ségou et la commune 6 de Bamako enregistrent 14% contre 12% à Koulikoro et Mopti.

Tableau 7: Taux de pénétration de MisoClair et le Cytotec dans les pharmacies des 5 régions du Mali ainsi que les 6 communes de Bamako

Régions	PHARMACIE				
	Taux de pénétration				
	Nombre de Pharmacies visitées	Pharmacie qui dispose le Cytotec		Pharmacie qui dispose le MisoClair	
		N	n	%	n
Kayes urbain	16	4	25	1	6
Koulikoro urbain	17	4	24	2	12
Sikasso urbain	20	1	5	2	10
Ségou urbain	22	2	9	3	14
Mopti urbain	17	2	12	2	12
Bamako, Commune 1	36	6	17	2	7
Bamako, Commune 2	26	3	12	2	8
Bamako, Commune 3	27	3	11	0	0
Bamako, Commune 4	36	0	0	0	0
Bamako, Commune 5	38	4	11	3	8
Bamako, Commune 6	28	9	32	4	14
Ensemble	283	38	13	21	7

Limites de l'étude

Cette étude s'est conformée à la méthodologie MAP. Les lecteurs peuvent être habitués à la vieille méthodologie d'enquête de distribution, qui a présenté des mesures de pénétration et de fréquences en utilisant les points de vente comme dénominateur. Ce rapport doit être lu avec soin pour éviter de confondre les deux méthodologies. On rappelle aux lecteurs que l'étude MAP fournit des mesures de couverture avec des secteurs géographiques (ici villages/SE) utilisés pour dénominateur. Par ailleurs, le taux de pénétration calculer dans cette étude a pour dénominateur le nombre total de points de vente visités.

Conclusions et Recommandations Programmatiques

Malgré tout que les niveaux ont baissé par endroit par rapport à 2010. L'objectif de couverture de 65% fixé pour Protector PLUS® est atteint partout sauf dans le milieu rural de Koulikoro, Ségou et Mopti. L'examen des indicateurs de qualité de couverture est jugé acceptable en milieu urbain, mais les efforts doivent être fournis pour maintenir ou rehausser le niveau des indicateurs suivants: disponibilité de matériel de promotion, la visibilité de produit et la non rupture des stocks. Dans le milieu rural des quatre régions (Koulikoro, Ségou et Mopti) des actions idoines devraient être déployées pour amener à au moins 65% tous les indicateurs.

En ce qui concerne Aquatabs®, malgré les baisses par endroit par rapport à 2010. L'objectif fixé de 40% est atteint par tout excepté le milieu rural de Kayes, Ségou et Mopti. Une intense campagne de distribution d'Aquatabs® doit être adressée au milieu urbain et rural de toutes les zones concernées par cette étude, car le produit est presque inexistant dans les PDV.

Enfin pour le Pilplan-D et Confiance leurs disponibilités sont excellentes dans les pharmacies. Dans les CSCOM/CSREF, bien qu'on remarque la présence de ces produits, les efforts doivent être consentis pour avoir un bon niveau de couverture. De même, pour le Misoprostol Cytotec/MisoClair, l'objectif de 25% n'est pas atteint dans les pharmacies. Il reste beaucoup à faire, le balisage des pharmacies en Misoprostol afin d'atteindre cet objectif.

Recommandations

Au regard des résultats de l'étude, il importe de :

- Augmenter le niveau de pénétration aussi bien d'Aquatabs® que de Protector PLUS® en étendant le réseau des points de vente aux boutiques et étalages en s'appuyant sur le réseau existant durant des années et en créant de nouveau point de vente, en particulier dans les zones où la couverture actuelle est faible. Nos efforts doivent être accentués pour le Protector PLUS® dans le milieu rural de Ségou, Mopti et dans les communes 1 et 5 de Bamako et pour d'Aquatabs® dans les milieux urbains et ruraux de Kayes, Koulikoro, Sikasso, Ségou, Mopti et dans les communes 1, 3, 4, 5,6 de Bamako.
- Intensifier le balisage des points de vente par des supports promotionnels de Protector PLUS® en accentuant nos efforts dans le milieu rural de Ségou, Mopti et dans les communes 1 et 5 de Bamako et enfin partout ailleurs pour Aquatabs®.
- Intensifier les campagnes de communication afin de faire la promotion d'Aquatabs et de Protector PLUS® pour que ces produits soient mieux connus par la population des milieux ruraux et surtout pour Aquatabs où la disponibilité était faible au moment de l'enquête. Accentuer la distribution d'Aquatabs au niveau des boutiques, étalages et centre de santé/ clinique afin de permettre à une plus grande population de disposer du produit.
- Élargir le réseau de distribution de Confiance et Pilplan-d dans les CSCOM/CSREF pour augmenter la disponibilité de ces produits
- Accentuer la distribution du Misoprostol dans les pharmacies pour atteindre l'objectif fixé 25%.

Annexe 1 : Exemple d'estimation de moyenne nationales

Taux de couverture de Protector PLUS

	A.	B.	C.	D.	E.	F.
	Effectifs de Population RGPB 2009	Nombre de villages/SE parcourus	Nombre de villages/ SE disposant d'au moins un PDV PROTECTOR PLUS®	Taux bruts	Taux nets (E=C/B)	Pondération taux nets (F=E*A)
Kayes urbain	127368	19	15	>85%	79%	100554
Koulikoro urbain	43174	19	18	>95%	95%	40902
Sikasso urbain	225753	19	15	90%	79%	178226
Ségou urbain	130690	19	12	75%	63%	82541
Mopti urbain	114296	19	11	70%	58%	66171
Commune 1	335407	19	10	65%	53%	176530
Commune 2	159805	19	14	85%	74%	117751
Commune 3	128872	19	15	90%	79%	101741
Commune 4	300085	19	12	75%	63%	189527
Commune 5	414668	19	11	70%	58%	240071
Commune 6	470269	19	11	70%	58%	272261
Total	2450387	304				1566275
Moyenne						64%

Annexe 2 : Fiche d'évaluation de la disponibilité des préservatifs et du produit de traitement de l'eau Aquatabs au Mali

Confidentiel : Les renseignements contenus sur cette fiche sont strictement confidentiels.

N°	Questions		Réponses		Codes
01	A) Enquêteur..... _ _ _ B) Superviseur..... _ _ _		D) Date...../ / / / / / / / / /		
02	A) Région _____	B) Commune _____	C) Milieu 1 Urbain 2 Rural	D) Village/ Quartier/ SE/ / / / /	
03	A) Nom du point de vente _____		B) Numéro du point de vente par village/ Quartier/ SE _ _ _ _ _ _ _ _ _		
04	Type de point de vente	Pharmacie.....1 Dépôt pharmaceutique.....2 Centre de santé publique.....3 Clinique privée4	Boutique.....5 Kiosque.....6 Tablier fixe/mobile.....7 Vendeur de médicaments.....8	HORECA (Hôtel, Restau, Cafétéria).....9 Autre (A préciser).....10	
A- Préservatifs masculins					
05	Vendez-vous habituellement des préservatifs masculins?		Oui Non	1 →08 2	
06	Raison principale de la non vente <i>1=ne marche pas 2=bénéfice faible 3=nsq où s'approvisionner 4=rupture de stock 5=raison religieuse 6=ne sait pas 7=autre raison (préciser)</i>		/ / / / / / / / / /		
07	Avez-vous l'intention de vendre des préservatifs masculins dans l'avenir ?		Oui Non	1 2	Quelle que soit la réponse →25
08	Quelles sont les marques de préservatifs que vous vendez habituellement ? <i>Enquêteur, ne pas suggérer de réponse</i>	a) Protector Plus b) Manix c) Innotex d) Prudence Plus e) Casanova f) Presa g) Kama Sutra h) Gtm k) Bravo m) Durex n) Mega x)Autre _____ y)Autre _____ z)Autre _____	Oui Non	1 0 1 0 1 0 1 0 1 0 1 0 1 0 1 0 1 0 1 0 1 0	09. Date du dernier approvisionnement (TMA) a) / / / / / / / / / / b) / / / / / / / / / / c) / / / / / / / / / / d) / / / / / / / / / / e) / / / / / / / / / / f) / / / / / / / / / / g) / / / / / / / / / / h) / / / / / / / / / / k) / / / / / / / / / / m) / / / / / / / / / / n) / / / / / / / / / / x) / / / / / / / / / / y) / / / / / / / / / / z) / / / / / / / / / /

N°	Questions	Réponses	Codes
10.	<p>Nombre de paquets achetés lors du dernier approvisionnement (<i>TMA</i>)</p> <p>a) Protector Plus _____</p> <p>b) Manix _____</p> <p>c) Innotex _____</p> <p>d) Prudence Plus _____</p> <p>e) Casanova _____</p> <p>f) Presa _____</p> <p>g) Kama Sutra _____</p> <p>h) Gtm _____</p> <p>k) Bravo _____</p> <p>m) Durex _____</p> <p>n) Mega _____</p> <p>x)Autre (_____) _____</p> <p>y)Autre (_____) _____</p> <p>z)Autre (_____) _____</p>	<p>11. Nombre de paquets en stock le jour du dernier approvisionnement (<i>TMA</i>)</p> <p>a) Protector Plus _____</p> <p>b) Manix _____</p> <p>c) Innotex _____</p> <p>d) Prudence Plus _____</p> <p>e) Casanova _____</p> <p>f) Presa _____</p> <p>g) Kama Sutra _____</p> <p>h) Gtm _____</p> <p>k) Bravo _____</p> <p>m) Durex _____</p> <p>n) Mega _____</p> <p>x)Autre (_____) _____</p> <p>y)Autre (_____) _____</p> <p>z)Autre (_____) _____</p>	
12.	<p>Nombre de paquets en stock actuellement (<i>TMA</i>), Si 0 → Q13</p> <p>a) Protector Plus _____</p> <p>b) Manix _____</p> <p>c) Innotex _____</p> <p>d) Prudence Plus _____</p> <p>e) Casanova _____</p> <p>f) Presa _____</p> <p>g) Kama Sutra _____</p> <p>h) Gtm _____</p> <p>k) Bravo _____</p> <p>m) Durex _____</p> <p>n) Mega _____</p> <p>x)Autre (_____) _____</p> <p>y)Autre (_____) _____</p> <p>z)Autre (_____) _____</p>	<p>13. Si pas de stock, la durée de la rupture (en jour)</p> <p>a) Protector Plus _____</p> <p>b) Manix _____</p> <p>c) Innotex _____</p> <p>d) Prudence Plus _____</p> <p>e) Casanova _____</p> <p>f) Presa _____</p> <p>g) Kama Sutra _____</p> <p>h) Gtm _____</p> <p>k) Bravo _____</p> <p>m) Durex _____</p> <p>n) Mega _____</p> <p>x)Autre (_____) _____</p> <p>y)Autre (_____) _____</p> <p>z)Autre (_____) _____</p>	
14.	<p>Prix de vente au consommateur par paquet (<i>TMA</i>)</p> <p>a) Protector Plus _____</p> <p>b) Manix _____</p> <p>c) Innotex _____</p> <p>d) Prudence Plus _____</p> <p>e) Casanova _____</p> <p>f) Presa _____</p> <p>g) Kama Sutra _____</p> <p>h) Gtm _____</p> <p>k) Bravo _____</p> <p>m) Durex _____</p> <p>n) Mega _____</p> <p>x)Autre (_____) _____</p> <p>y)Autre (_____) _____</p> <p>z)Autre (_____) _____</p>	<p>15. Nombre d'unités par paquet (<i>TMA</i>)</p> <p>a) Protector Plus _____</p> <p>b) Manix _____</p> <p>c) Innotex _____</p> <p>d) Prudence Plus _____</p> <p>e) Casanova _____</p> <p>f) Presa _____</p> <p>g) Kama Sutra _____</p> <p>h) Gtm _____</p> <p>k) Brav _____</p> <p>m) Durex _____</p> <p>n) Mega _____</p> <p>x)Autre (_____) _____</p> <p>y)Autre (_____) _____</p> <p>z)Autre (_____) _____</p>	<p>16. Lieu d'approvisionnement de Protector Plus ?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

N°	QUESTIONS	Codes																
17	Filtre : Enquêteur, vérifier si q08a=1 (Le PDV vend habituellement Protector Plus)	Oui Non	1 2 → Q19															
18	Protector Plus est disponible dans ce point de vente. Demandez à voir et vérifier s'il est bien conservé dans son emballage (cartouche de distribution dans laquelle on trouve des boîtes de 4 préservatifs).	Vu, pas bien conservé Vu, bien conservé Pas vu	0 1 2 Quelle que soit la réponse → 21															
19	Est-ce que vous aviez vendu par le passé le préservatif Protector Plus ?	Oui Non	1 2 → 25															
20	A combien de mois remonte la dernière vente ?	<table border="1"> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td colspan="5">mois</td> </tr> <tr> <td colspan="5">Inscrire 000 si moins d'1 mois</td> </tr> </table>						mois					Inscrire 000 si moins d'1 mois					Quelle que soit la réponse, 25
mois																		
Inscrire 000 si moins d'1 mois																		
Enquêteur : Observez le point de vente pour répondre aux questions Q21 et Q22																		
21	Est-ce que la <i>cartouche</i> de Protector Plus est bien visible sur le point de vente ?	Oui Non	1 2															
22	Est-ce que les matériels de promotions de Protector Plus sont visibles sur le point de vente ?		Oui Non															
		a.Horloge	1 2															
		b.Affiche PLV	1 2															
	c.Auto collant (En vente ici)	1	2															
23	Quelle est votre source d'approvisionnement ?	Agent de PSI/Mali Grossiste/ demi gros ONG Promoteur Autre PDV	1 2 3 4 5															
24	Dans quelles zones géographiques vous vous approvisionnez?	<table border="1"> <tr> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> </tr> </table>																
B- Produit de traitement de l'eau Aquatabs																		
25	Vendez-vous habituellement Aquatabs?	Oui Non	1 2 → Fin															
26	A quel prix vous vendez-vous la plaquette de 10 comprimés d'Aquatabs ?	<table border="1"> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>																
27	En avez-vous actuellement en stock ?	Oui Non	1 2 → Fin															
28	Si Aquatabs est vendu dans ce PDV, demandez à voir et vérifier s'il est bien conservé	Vu, pas bien conservé Vu, bien conservé Pas vu	0 1 2															
Enquêteur : Observez le point de vente pour répondre aux questions Q29 et Q30																		
29	Est-ce que l'emballage d'Aquatabs est bien visible au niveau du PDV ?	Oui Non	1 2															

			Oui	Non
30	Est-ce que les matériels de promotion d'Aquatabs sont visibles sur le point de vente ?	a.Horloge	1	2
		b.Affiche PLV	1	2
		c. Gadget à suspension brandé	1	2
		d.Auto collant (En vente ici)	1	2
31	Quelle est votre source d'approvisionnement ?	Agent de PSI/Mali	1	
		Grossiste/ demi gros	2	
		ONG	3	
		Promoteur	4	
		Autre PDV	5	
32	Dans quelles zones géographiques vous vous approvisionnez?	_____		

Annexe 3 : Fiche d'évaluation de la disponibilité des contraceptifs hormonaux (oraux et injectables) et du misoprostol au Mali

Confidentiel : Les renseignements contenus sur cette fiche sont strictement confidentiels.

N°	Questions	Réponses	Codes
01	A) Enquêteur..... _ _ _ B) Superviseur..... _ _ _		D) Date...../ / / / / / / /
02	A) Région _____ B) Commune _____	C) Milieu 1 Urbain 2 Rural	D) Village/ Quartier/ SE/ / / /
03	A) Nom du point de vente _____		B) Numéro du point de vente par village/ Quartier/ SE _ _ _ _ _ _ _ _
04	Type de point de vente	Pharmacie.....1 Dépôt pharmaceutique.....2 Centre de santé publique.....3 Autre (A préciser).....4	
A- Contraceptifs oraux			
05	Vendez-vous habituellement des contraceptifs oraux?	Oui Non	1 →08 2
06	Raison principale de la non vente <i>1=ne marche pas 2=bénéfice faible 3=nsp où s'approvisionner 4=rupture de stock 5=raison religieuse 6=ne sait pas 7=autre raison (préciser)</i>		/ / / _____
07	Avez-vous l'intention de vendre des contraceptifs oraux dans l'avenir ?	Oui Non	1 2 Quelle que soit la réponse →24
08	Quelles sont les marques de contraceptifs oraux que vous vendez habituellement ? <i>Enquêteur, ne pas suggérer de réponse</i>	Oui Non	09. Date du dernier approvisionnement (TMA) a) / / / / / / / / / / b) / / / / / / / / / / c) / / / / / / / / / / d) / / / / / / / / / / e) / / / / / / / / / / f) / / / / / / / / / / g) / / / / / / / / / / x) Autre _____ y) Autre _____ z) Autre _____

N°	Questions	Réponses	Codes
10.	Nombre de paquets achetés lors du dernier approvisionnement (TMA) a) Pilplan-d _____ b) Miniphase _____ c) Minidril _____ d) Adepal _____ e) Triela _____ f) Trinordiol _____ g) Stediril _____ x)Autre (_____) _____ y)Autre (_____) _____ z)Autre (_____) _____	11. Nombre de paquets en stock le jour du dernier approvisionnement (TMA) a) Pilplan-d _____ b) Miniphase _____ c) Minidril _____ d) Adepal _____ e) Triela _____ f) Trinordiol _____ g) Stediril _____ x)Autre (_____) _____ y)Autre (_____) _____ z)Autre (_____) _____	
12.	Nombre de paquets en stock actuellement (TMA), Si 0 → Q13 a) Pilplan-d _____ b) Miniphase _____ c) Minidril _____ d) Adepal _____ e) Triela _____ f) Trinordiol _____ g) Stediril _____ x)Autre (_____) _____ y)Autre (_____) _____ z)Autre (_____) _____	13. Si pas de stock, la durée de la rupture (en jour) a) Pilplan-d _____ b) Miniphase _____ c) Minidril _____ d) Adepal _____ e) Triela _____ f) Trinordiol _____ g) Stediril _____ x)Autre (_____) _____ y)Autre (_____) _____ z)Autre (_____) _____	
14.	Prix de vente au consommateur par paquet (TMA) a) Pilplan-d _____ b) Miniphase _____ c) Minidril _____ d) Adepal _____ e) Triela _____ f) Trinordiol _____ g) Stediril _____ x)Autre (_____) _____ y)Autre (_____) _____ z)Autre (_____) _____	15. Nombre d'unités par paquet (TMA) a) Pilplan-d _____ b) Miniphase _____ c) Minidril _____ d) Adepal _____ e) Triela _____ f) Trinordiol _____ g) Stediril _____ x)Autre (_____) _____ y)Autre (_____) _____ z)Autre (_____) _____	16. Lieu d'approvisionnement de la pilule Pilplan-d ? _____ _____ _____
17	Filtre : Enquêteur, vérifier si q08a=1 (Le PDV vend habituellement Pilplan-d)	Oui 1 Non 2 → Q19	
18	Pilplan-d est disponible dans ce point de vente. Demandez à voir et vérifier si elle est bien conservée dans son emballage (paquet d'une plaquette de 28 comprimés).	Vu, pas bien conservé 0 Vu, bien conservé 1 Pas vu 2	Quelle que soit la réponse → 21
19	Est-ce que vous aviez vendu par le passé la pilule (Pilplan-d) ?	Oui 1 Non 2 → Q24	
20	A combien de mois remonte la dernière vente ?	_____ mois <i>Inscrire 000 si moins d'1 mois</i>	Quelle que soit la réponse, Q24
Enquêteur : Observez le point de vente pour répondre aux questions Q21 et Q22			

N°	Questions	Réponses	Codes
36	Filtre : Enquêteur, vérifier si q27a=1 (Le PDV vend habituellement Confiance)	Oui 1 Non 2 → Q38	
37	Confiance est disponible dans ce point de vente. Demandez à voir et vérifier s'il est bien conservée dans son emballage (paquet d'un flacon,).	Vu, pas bien conservé 0 Vu, bien conservé 1 Pas vu 2	Quelle que soit la réponse → 40
38	Est-ce que vous aviez vendu par le passé l'injectable (Confiance) ?	Oui 1 Non 2 → Q43	
39	A combien de mois remonte la dernière vente ?	_____ mois Inscrire 000 si moins d'1 mois	Quelle que soit la réponse, Q43
Enquêteur : Observez le point de vente pour répondre aux questions Q40 et Q41			
40	Est-ce que le <i>paquet</i> de Confiance est bien visible sur le point de vente ?	Oui 1 Non 2	
41	Quelle est votre source d'approvisionnement ?	Agent de PSI/Mali 1 Grossiste/ demi gros 2 ONG 3 Promoteur 4 Autre PDV 5	
42	Dans quelles zones géographiques vous vous approvisionnez?	_____ _____	
C- Misoprostol pour les soins après avortement			
43	Vendez-vous habituellement le misoprostol/cytotec pour les soins après avortement ?	Oui 1 → Q46 Non 2	
44	Raison principale de la non vente <i>1=ne marche pas 2=bénéfice faible 3=nsp où s'approvisionner 4=rupture de stock 5=raison religieuse 6=ne sait pas 7=autre raison (préciser)</i>	_____/_____ _____	
45	Avez-vous l'intention de vendre le misoprostol/cytotec pour les soins après avortement?	Oui 1 Non 2 → Fin	
46	Quelles sont les marques de produits de traitements de soins après avortement que vous vendez habituellement ? <i>Enquêteur, ne pas suggérer de réponse</i>	a) Misoprostol/Cytotec b) MisoClair x) Autre (préciser) _____	Oui 1 0 1 0 1 0
47	Misoprostol/Cytotec est disponible dans ce point de vente. Demandez à voir et vérifier s'il est bien conservée dans son emballage (paquet d'une plaquette de comprimés).	Vu, pas bien conservé 0 Vu, bien conservé 1 Pas vu 2	
48	Est-ce que vous aviez vendu par le passé le misoprostol/Cytotec ?	Oui 1 Non 2 → Fin	
49	A combien de mois remonte la dernière vente ?	_____ mois Inscrire 000 si moins d'1 mois	Quelle que soit la réponse, Fin

