

PD-ABN-382

91834

TRIP REPORT

 **BASICS**

PD-ABN-383

**MARKETING SOCIAL DES SRO
DANS LE CADRE DU PROJET
SFPS - MISSION D'IDENTIFICATION
DES AXES DE COLLABORATION**

Abidjan, 29 Juin - 2 Juillet 1996

Yaya Drabo
Camille Saadé

Technical Directive: 000-WA-01-011
USAID Contract Number: HRN-6006-C-00-3031-00

B

TABLE DES MATIERS

ABREVIATIONS	4
I. RESUME DE LA MISSION	1
II. OBJECTIFS DE LA MISSION	1
III. CONTEXTE DE LA MISSION	1
IV. COMPOSITION DE LA MISSION	2
V. ACTIVITES DE LA MISSION	2
VI. RESULTATS DE LA MISSION	6
VII. CONCLUSION	7
VIII. RECOMMANDATIONS	7

ANNEXE

LISTE DES PERSONNES RENCONTREES A ABIDJAN

ABREVIATIONS

SFPS	Santé Familiale et Prévention du SIDA
ECODEV	Ecoform Développement
PSI	Population Services International
BASICS	Basic Support for Institutionalizing Child Survival
TRO	Thérapie de Réhydratation Orale
SRO	Sels de Réhydratation Orale

dt

I. RESUME DE LA MISSION

La présente mission avait pour objectif principal d'étudier avec les partenaires potentiels les conditions d'un partenariat pour la promotion de la TRO. Dans ce cadre, des visites d'information ont été faites à la Direction de la Santé Communautaire et à la Direction de la Pharmacie et du Médicament. Elles ont été suivies de séances de travail avec le Projet SFPS, et complétées par une visite à PSI/ECODEV.

Il a été convenu de placer dans une perspective régionale et de long terme notre collaboration en matière de marketing social des SRO en incluant pleinement le secteur privé. Les propositions actuelles de promotion des SRO dans quelques pays, faites par PSI, serviraient dans un premier temps à créer une demande pour impliquer davantage le secteur privé. BASICS et SFPS travailleront pour élaborer une approche régionale qui s'accompagnerait d'un plan d'action pour la mise en oeuvre d'une stratégie de marketing à long terme.

II. OBJECTIFS DE LA MISSION

- 1 Négocier avec le Projet SFPS l'implication de BASICS dans les activités de marketing social, notamment la promotion des SRO dans les 4 pays prioritaires du Projet : Côte d'Ivoire, Burkina Faso, Togo et Cameroun.
- 2 Déterminer de façon précise quelle sera la part de BASICS dans ces activités de marketing.

III. CONTEXTE DE LA MISSION

Une réunion entre le Projet SFPS et le Projet BASICS s'était tenue à Abidjan du 4 au 9 Juin 1996 en vue de préciser les domaines de collaboration entre les deux projets. Le Dr Adama Koné et Serigne Mbaye Diène, qui ont représenté BASICS à cette importante réunion, notent dans leur rapport de mission, à propos du marketing social des SRO : *"Strategies and activities planned include the following : ORS packet availability, creation of a regional trademark for the ORS, development of a regional promotion strategy for the ORS packets along with a distribution plan specially in rural areas, advocacy for the use of Salt Sugar Solution and other home fluids where applicable, setting up of regional networks for community based distribution. BASICS's experience in Bolivia was referred to as a model that could be replicated in the West Africa region. The possibility of Camille Saade's visit to Abidjan accompanied by Yaya Drabo will be explored for that purpose". A "paragraph paper" will be drafted by the Chief of Party, Social Marketing (PSI), Auguste Kpognon for Burkina Faso and Côte d'Ivoire. In the draft for Togo already available, nearly \$ 62,000 is expected from BASICS as a financial contribution to the ORS Social Marketing project."*

La présente mission est donc une des actions engagées à la suite de la rencontre de Juin entre le Projet SFPS et BASICS.

IV. COMPOSITION DE LA MISSION

L'équipe de la mission était composée de :

- Camille Saadé, Spécialiste en Marketing Social, siège Washington,
- Yaya Drabo, Conseiller Régional IEC, Bureau Régional Dakar.

V. ACTIVITES DE LA MISSION

Avant l'arrivée à Abidjan, l'équipe avait obtenu du Professeur DIARRA Jeanne, Directrice de la Santé Communautaire, un rendez-vous fixé au Lundi 1er Juillet 1996. Le Professeur DIARRA, très occupée par un séminaire, n'était pas disponible à ce moment-là. Nous avons donc commencé les visites en compagnie d'Auguste Kpognon, par la Direction de la Santé Communautaire, avant de nous rendre au siège du Projet SFPS pour discuter et arrêter un calendrier de travail. Au terme de cette première séance de travail avec Auguste Kpognon, et afin de mettre à profit le peu de temps disponible, il a été convenu d'avoir ensemble d'autres séances de travail et de limiter les rencontres extérieures au minimum. Seules les visites aux personnes et aux institutions suivantes ont été maintenues :

- le Directeur de la Pharmacie et du Médicament (Professeur Mallan);
- le Représentant de PSI en Côte d'Ivoire (M. Robert Eiger).

1 Rencontre avec le Professeur DIARRA Jeanne, Directrice de la Santé Communautaire

L'objectif de cette rencontre était de prendre la mesure, et cela de vive voix, de l'intérêt porté par les autorités sanitaires ivoiriennes à la promotion de la TRO en général et aux SRO en particulier.

Mme le Professeur DIARRA a confirmé une volonté d'intensification de la sensibilisation à la TRO en nous renvoyant à l'atelier sur les indicateurs¹ où a été préconisée l'utilisation des SRO - les diarrhées constituent en Côte d'Ivoire l'une des premières causes de décès chez les enfants

¹ Les 10 et 11 Juin 1996, le Ministère de la Santé Publique a fait connaître officiellement le Plan National de Développement Sanitaire (1997-1005). A partir du 26 Juin, un atelier de validation des indicateurs de suivi et d'évaluation des actions sanitaires inscrites dans ce plan s'est ouvert à l'INRSP (Institut de Santé Publique).

alors que le taux d'utilisation des SRO n'est que de 10%. L'objectif du plan national de santé (1997-2005) est de porter ce taux à 80%.

L'entretien avec le Professeur DIARRA a fait ressortir que la faible utilisation des SRO est due au **non-respect des instructions par le personnel de santé**. Elle a déploré l'absence d'une approche socio-anthropologique. La conclusion de la discussion, tirée par le Professeur DIARRA, c'est qu'il faut promouvoir les SRO en entreprenant des actions qui viseraient à :

- rendre accessible les SRO dans les endroits les plus reculés,
- renforcer les compétences du personnel de santé,
- organiser une présentation conviviale du produit.

Elle a terminé en informant l'équipe que ses collaborateurs de la Direction de la Santé Communautaire se pencheront très prochainement sur le document préparé par PSI pour la promotion des SRO en Côte d'Ivoire. Le Professeur DIARRA nous a vivement recommandé de rencontrer le Directeur de la Pharmacie et du Médicament, le Professeur Mallan.

2 Rencontre avec le Professeur Mallan, Directeur de la Pharmacie et du Médicament

Une discussion technique intéressante a eu lieu avec le Professeur Mallan qui a fourni des informations utiles sur la situation pharmaceutique en Côte d'Ivoire. Quatre-vingt-dix pour cent des médicaments sont importés et seulement 10% sont produits localement par deux usines :

- CIPHARM

Créée en Mai 1988. Les capitaux français, de l'ordre de 52%, sont principalement détenus par Rhône-Poulenc et Roussel-Hoechst. La CIPHARM produit des comprimés, des sirops et des gélules.

- PHARMIVOIRE

Produit des solutés intraveineux.

Un troisième producteur, les Laboratoires **ROUGIER** du Canada, en partenariat avec des Ivoiriens, devrait démarrer ses activités incessamment.

Pour la distribution, trois sociétés se partagent le marché :

- **LABOREX**, liée à Rhône-Poulenc, détient 80 % du marché;
- **GOMPCI**;
- **PHARMACOM**.

A côté de cela, il faut noter la présence et l'action de la **Pharmacie de Santé Publique (PSP)** qui assure la plus grosse distribution de SRO dans le pays. Le financement de la PSP était assuré

jusqu'à ce présent par l'Union Européenne, mais il prendra fin l'an prochain. L'année dernière, le Canada a fait un don de 2 milliards FCFA de médicaments, dont des SRO.

3 Séances de travail avec Auguste Kpognon, Chef d'Equipe, Marketing Social (SFPS)

Ces séances avaient pour objectif d'harmoniser les vues de BASICS et du Projet SFPS sur la manière et les conditions pour une promotion des SRO en Côte d'Ivoire et dans d'autres pays de la région, comme se propose de le faire le Projet SFPS. Camille Saadé, le spécialiste du Marketing Social à BASICS, a fait un certain nombre d'observations sur la vision et la conception du marketing social par PSI, qu'il connaît bien et avec qui il a collaboré souvent par le passé dans d'autres régions du monde.

Les deux préoccupations principales de BASICS étaient :

- 1) La pérennisation des activités qui seront entreprises dans le cadre du marketing social des SRO.
- 2) La conception de nos rôles respectifs (BASICS, tout autant que PSI) dans ce processus.

A A propos de la pérennisation

BASICS estime qu'une action ponctuelle de promotion de la SRO, telle que l'envisage PSI, pourra, à l'évidence, créer une forte demande. Mais il est à craindre que ce ne soit que pour un temps, pour une période relativement brève, qui serait fonction des subventions. Il faut dès à présent s'inscrire **dans une logique de long terme**, visant à la pérennisation. Il est vrai que cette perspective remet quelque peu en cause les échéances envisagées par PSI dans sa proposition pour la Côte d'Ivoire, tout comme dans celle pour le Togo. Si l'on adopte cette façon d'envisager la pérennisation, qui s'appuie sur une stratégie privilégiant le long terme, il faudrait s'accorder encore six mois pour espérer pouvoir entamer quelque chose de solide.

Pour montrer la pertinence de ses observations, Camille Saadé a mis en parallèle d'une part l'expérience menée actuellement en Bolivie et en Amérique Centrale par BASICS et celle menée il y a quelques années par PRITECH au Pakistan, en Indonésie et au Kenya, et d'autre part les expériences de PSI dans différents pays, dont la plus récente, à sa connaissance, a eu lieu au Maroc. Dans ce dernier pays par exemple, après une campagne IEC active qui a contribué à asseoir la notoriété de BIOSEL, la marque de SRO enregistrée par PSI, les ventes après 5 années de commercialisation n'ont guère atteint que la moitié de l'objectif que le programme s'était fixé, alors que la demande de nouvelles subventions augmentait. L'USAID est donc réticente à poursuivre le financement du programme, exigeant une garantie de pérennisation. Par contre, l'approche préconisée par BASICS repose sur un partenariat total avec le secteur commercial qui est entièrement acquis à la commercialisation du produit recommandé par le secteur public. L'appui procuré par BASICS est temporaire, et surtout technique, et il vise à renforcer les capacités déjà existantes du partenaire commercial local, soigneusement choisi, pour qu'il soit autonome dans la commercialisation du produit.

En définitive, les échanges de vues sur cette question de la pérennisation ont fait ressortir la nécessité d'assurer la durabilité des SRO, aussi bien au niveau de la production, de la distribution que de l'utilisation, par les prestataires de soins et les consommateurs. Auguste Kpogon, du Projet SFPS, a dit partager cette analyse mais n'a pas manqué de rappeler avec insistance la nécessité d'avoir des résultats immédiats, rappelant ainsi que le court terme ne devrait pas être négligé.

B) A propos de la conception de notre rôle

BASICS estime qu'il faut observer la segmentation du marché et y intervenir sans la prétention de prendre la place du secteur privé ou celle du secteur public, comme aurait tendance à le faire PSI. Nous ne devons pas nous méprendre sur notre rôle qui est celui de **catalyseur** pour :

- stimuler et motiver le secteur privé pour l'amener à prendre une part active dans la commercialisation des SRO par le biais d'une stratégie de marketing pharmaceutique;
- articuler cette stratégie de marketing pharmaceutique sur une intervention plus large, en milieu rural, dans le cadre d'une stratégie de "marketing grand public", et renforcer ainsi les capacités d'IEC (et, éventuellement, de distribution subventionnée) du secteur public.

Le représentant du Projet SFPS, tout en disant partager ce point de vue, a attiré l'attention sur l'absence de motivation du secteur privé, ou encore sur une certaine "cupidité" qui rend inaccessible nombre de produits de santé à la majorité de la population. Il a défendu l'idée de fixer un prix social des SRO. A l'issue de toutes ces discussions menées dans un esprit et une volonté de mettre en oeuvre d'une collaboration efficace, les deux parties, BASICS et SFPS sont convenues de trouver un juste milieu entre les deux approches "divergentes" qui n'étaient d'ailleurs pas perçues comme telles par du SFPS.

Il a donc été retenu que BASICS contribuerait à bâtir une stratégie à long terme reposant sur une approche régionale dont la stratégie à court terme, fondée sur la promotion des SRO proposés par PSI, serait une composante à part entière.

4 Visite à PSI/ECODEV

En compagnie d'Auguste Kpogon, l'équipe de BASICS a rendu visite à PSI/ECODEV. Un échange de vues s'est engagé entre M. Camille Saadé et M. Robert Eiger, représentant de PSI en Côte d'Ivoire, assisté de son adjointe, Mme Cynde ROBINSON. La discussion technique s'est déroulée à peu près dans les mêmes conditions que celle qui a eu lieu au Projet SFPS avec M. Kpogon. Il faut dire qu'ici, les divergences d'approche entre BASICS et PSI signalées plus haut, ont été plus évidentes et affirmées de part et d'autre.

A la fin de la visite, l'équipe de PSI/ECODEV nous a invité à assister à l'Hôtel Ivoire au lancement par PSI/ECODEV d'un nouveau produit (la pilule contraceptive), dénommé CONFIANCE.

5 Bilan à l'USAID/REDSO

La mission s'est achevée par une visite à l'USAID où le Dr BARRY a reçu les deux équipes de BASICS et SFPS/PSI pour faire un bilan. Les stratégies retenues lui ont été présentées. Le Dr BARRY s'est montré très réceptif à celles-ci. Il a beaucoup apprécié l'approche régionale et la volonté de garantir un certain succès en envisageant la pérennité. Il a surtout invité les deux équipes à travailler plus intensément afin de finaliser le "paquet de résultats" à soumettre à l'USAID le plus rapidement possible.

VI. RESULTATS DE LA MISSION

La présente mission a permis aux deux équipes de BASICS et de SFPS appelées à collaborer dans le domaine du marketing social à se connaître, à s'apprécier et à se respecter. Les discussions techniques menées sans complaisance ont permis de faire ressortir la personnalité des deux principaux partenaires que sont BASICS et le Projet SFPS. De plus, BASICS a pu commencer d'apprécier la réaction des autorités ivoiriennes face à une éventuelle promotion de la SRO en Côte d'Ivoire. Au terme de discussions soutenues, il a été convenu que la participation de BASICS se ferait aux conditions suivantes et en respectant un certain nombre de principes.

- 1) Dans le long terme : Assurer la pérennité des SRO au triple niveau de la production, de la distribution et de l'utilisation. Cela suppose la mise en oeuvre d'un marketing pharmaceutique, combiné à un marketing rural, dans un contexte qui encouragerait le secteur privé à jouer pleinement son rôle véritable. Ce volet devrait être de la responsabilité de BASICS.
- 2) Dans le court terme : Faire la démonstration de l'existence d'un marché porteur dans le domaine des SRO en créant une demande grâce aux activités envisagées par PSI en Côte d'Ivoire et au Togo. Cela suppose que BASICS accède à la demande faite par PSI de financer un certain nombre d'activités dans le secteur des projets élaborés et proposés dans ces deux pays.

S'il semble possible d'allouer les sommes demandées (80.000 dollars d'une part, et 62.000 dollars d'autre part), il reste important de revoir les postes budgétaires à financer. Par exemple, BASICS considère que la rubrique recherche a été sous-évaluée. Il pourrait, par exemple, prendre en charge entièrement la recherche. Les grandes lignes d'un plan d'action ont été esquissées ensemble. BASICS a été chargé de l'élaboration détaillée de ce plan.

VII. CONCLUSION

La mission s'est déroulée dans de bonnes conditions. Le Projet SFPS, par la disponibilité d'Auguste Kpognon, a manifesté une grande ouverture pour la collaboration engagée avec BASICS dans le cadre du projet régional. Le temps relativement court imparti à la mission aura cependant permis d'entrevoir les bases d'une collaboration BASICS/SFPS dans le domaine du marketing social des SRO.

VIII. RECOMMANDATIONS

BASICS recommande la poursuite des discussions avec le Projet SFPS dans les plus brefs délais afin de finaliser le plan de collaboration. Cela suppose que l'on passe en revue les capacités régionales du secteur commercial qui est apte à jouer un rôle de partenaire à part entière dans la commercialisation des SRO. Cette démarche a déjà commencé lors de la mission au Sénégal, qui a précédé celle en Côte d'Ivoire.

M. Saadé a rencontré à cette occasion les représentants des deux laboratoires Rhône-Poulenc-Rorer (RPR) et Parke-Davis. Les responsables des deux laboratoires ont indiqué qu'ils étaient intéressés par les possibilités de commercialisation des SRO au niveau régional.

Parke-Davis Afrique de l'Ouest, basé en zone franche industrielle à Dakar, a déjà l'équipement nécessaire pour ensacher un produit en poudre. Cette compagnie souhaiterait optimiser les capacités de production de son matériel, si le marché régional justifiait la production de SRO. M. Saadé a promis de lui envoyer le manuel technique de production des SRO, ainsi qu'une estimation du marché régional potentiel des SRO. Sur son conseil, M. Saadé a aussi rencontré, lors de son escale de retour à Paris, M. Le Juge, le Chef de Produits couvrant l'Afrique Francophone. Celui-ci sera copié sur la correspondance entre BASICS et la filiale de Dakar et il examinera la factabilité du projet SRO.

RPR a fait part de son intention de commercialiser une formule de SRO mise au point par une de ses filiales. Cette formule, assez proche de celle de l'OMS, contiendrait en plus des minéraux. Cependant, devant la perspective d'une commercialisation régionale, avec des possibilités d'accès au marché du secteur public dans différents pays, RPR serait prêt à envisager la commercialisation de la formule OMS standard.

BASICS recommande la poursuite accélérée des pourparlers avec les deux laboratoires afin d'estimer la possibilité d'une collaboration très prometteuse. Entretemps, BASICS et SFPS devraient commencer à travailler sur la révision de la stratégie de marketing et sur le plan d'action reflétant la stratégie révisée de commercialisation des SRO dans le long terme.

ANNEXE
LISTE DES PERSONNES RENCONTREES A ABIDJAN

LISTE DES PERSONNES RENCONTREES A ABIDJAN

(1/7/96 -2/7/96)

- 1 - Auguste KPOGNON
Chef d'Equipe, Marketing Social (PSI)
SFPS
- 2 - Professeur Jeanne DIARRA
Directrice de la Santé Communautaire
- 3 - Professeur MALAN KLA ANGLADE
Directeur de la Pharmacie et du Médicament
- 4 - Dr Souleymane BARRY
FHA/WCA Project Manager and Team
Leader of the REDSO/WCA SOT # 1
USAID/REDSO
- 5 - M. Robert EIGER
Représentant de PSI en Côte d'Ivoire
- 6 - Mme Cynde ROBINSON
Représentant Adjoint de PSI en Côte d'Ivoire

RENCONTRE A PARIS par M. Camille Saadé:

M. Claude Le Juge
Chef de Produits
Warner Lambert/ Parke-Davis, Division Exportation
11, Avenue Dubonnet 92407 Courbevoie Cedex, France