« Communication et rétention des femmes enceintes et mères séropositives dans les circuits de soins VIH à Abidjan »

Dr SILUE Nonfara Aliatou Epse COULIBALY
Programme National de lutte contre le Sida

CONTEXTE

- CI fait partie des 22 pays prioritaires pour ETME l'ONUSIDA (2015)
- Bien que les indicateurs VIH montrent une baisse de la prévalence (de 3,7% en 2012 à 2,5% en 2018),
- Prédominance féminine VIH (4,6% contre 2,9 %) et
- Taux de transmission mère-enfant est de 15,5% (Spectrum 2017)
- sans traitement ½ bébés meurent avant leur deuxième anniversaire
- Selon le RASS 2017, la couverture nationale en CPN1 passe de 82,4% à 30,1% en CPN4 en 2017 (déperdition)
- Risque de TME du VIH estimé entre 25 et 40% en l'absence de toute intervention

PROBLEMATIQUE

Malgré:

- disponibilité des services VIH
- PEC gratuite du VIH,

besoin de comprendre les raisons de la problématique de la rétention des femmes et leurs enfants dans les soins (47% selon l'EDS 2012)

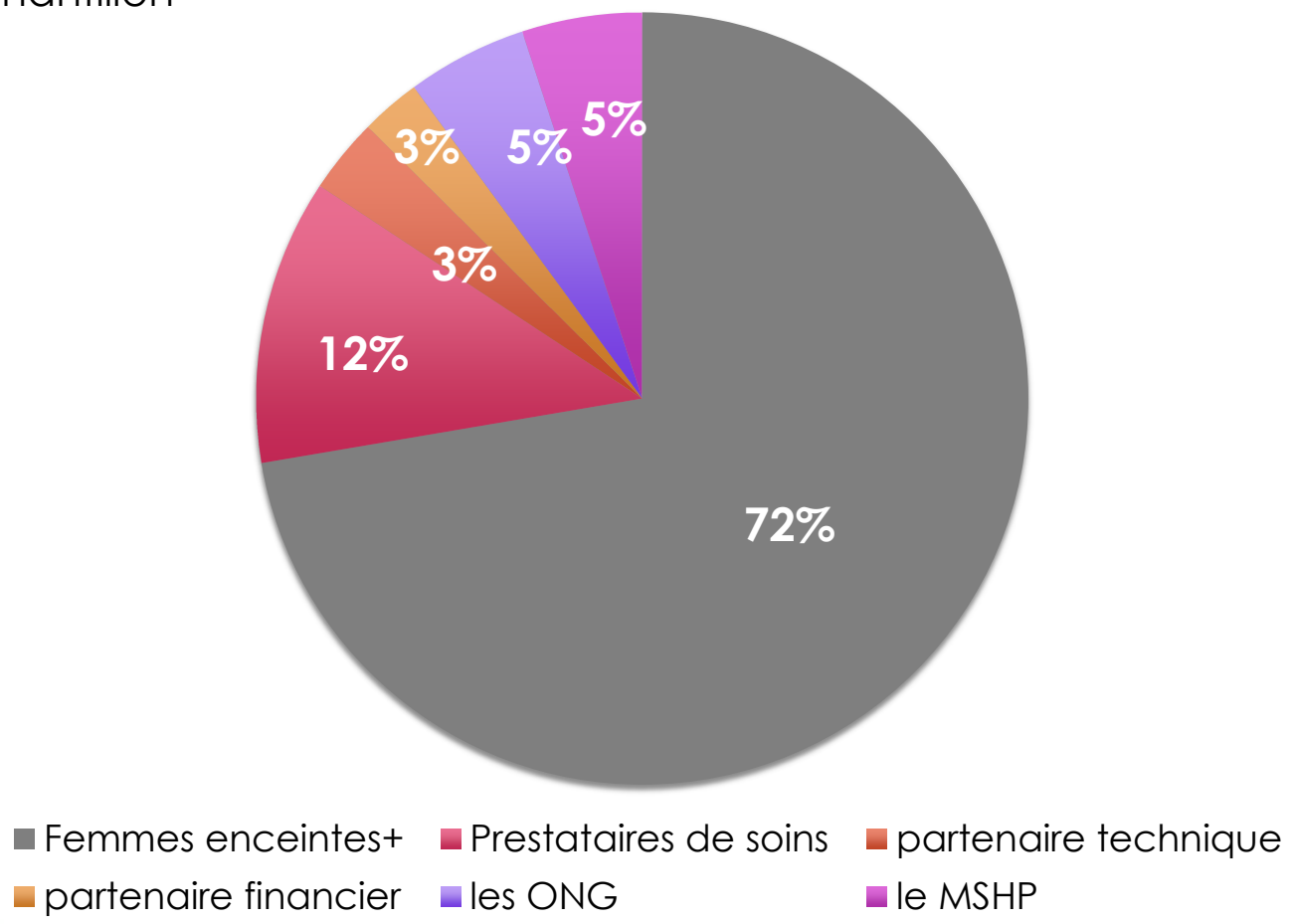
- Comment la communication contribuera-t-elle à améliorer la rétention des femmes enceintes séropositives et leurs enfants dans les circuits de soins?

OBJECTIF

- Contribuer au maintien des femmes enceintes et mères séropositives dans le circuit des soins VIH en vue de l'élimination de la TME du VIH

DEMARCHE METHODOLOGIQUE

Composition de l'échantillon



TECHNIQUE DE COLLECTE UTILISEE

Catégorie de l'échantillon	Établissement sanitaire et partenaire enquêté	Effectif de l'échan- tillon à toucher	Nombre de personne ayant participé à l'enquête	Technique de collecte utilisée
Femmes séropositives sous ARV, enceintes et ou allaitantes, mère	Abidjan, Dabou,	125	115	Enquête par questionnaire
Prestataires de santé	CSU Com (avocatier) Akéikoi, BC, Abobo-Baoulé (ABOBO), clinique AIBEF (TRECHVILLE)	17	19	Questionnaire et Focus group
Les partenaires ou acteurs de la lutte	JHU/CCP, ICAP SEV-CI ALLIANCE CI,	5	4	Enquête par questionnaire
	MSHP, CDC/PEPFAR, FM,	6	3	Enquête par questionnaire
	FACI, RUBAN ROUGE, COVIE, , RIJES, AIBEF, ASAPSU Lumière- Action	8	6	Enquête par questionnaire
	PNLS	8	9	Entretien
	TOTAL	169	156	

METHODE D'ANALYSE DE DONNEES

- Approche quantitative
- Approche qualitative « sa spécificité fondamentale vient de leur inscription dans le paradigme compréhensif ou interprétatif qui considère les phénomènes de communication comme des phénomènes de sens… qui peuvent être compris. » Cette approche est retenue pour donner sens aux données.

RESULTATS

SOCIO DEMOGRAPHIQUE

VARIABLES		POURCENTAGE
Répartition par tranche d'âge	14-24 ans	14%
	25-45 ans	77%
	46 et plus	9%
Niveau d'étude	Non scolarisé	17%
	primaire	35%
	secondaire	48%
Situation Matrimoniale	concubine	49%
	célibataire	30%
	mariée	17%
	Divorcée	4%

NIVEAU DE CONNAISSANCE DU VIH DES FEMMES (1)

- (90%) ont une connaissance générale du VIH et du sida.
- (18%) ont estimé qu'on peut guérir du VIH.
- 32% ne connaissent pas les trois modes de transmission de la mère à l'enfant.
- 81% des femmes savent que la TME est évitable grâce à la PTME

NIVEAU DE CONNAISSANCES DU VIH DES FEMMES (2)

- 12% estime que si la mère est infectée, le bébé l'est obligatoirement.
- Pour 23%, la PTME s'arrête après l'accouchement.
- 51% estime qu'il faut toujours respecter ses rendez-vous à l'hôpital en plus de la bonne prise des médicaments pour éviter le sida à son bébé

ATTITUDES DES FEMMES SEROPOSITIVES (1)

Envers elle-même

- 42% ont ressenti de la colère vis-à-vis de leur statut sérologique
- 49% s'auto-stigmatise du fait que le mal soit évitable et qu'elle n'ai pas pu éviter
- 33,2% ont honte d'elles-mêmes

Envers les autres

- 50% des FVIH connaissent une autre PVVIH (se fréquente)
- 50% seraient apte à conseiller un cas soupçonné à faire le test

ATTITUDE DE STIGMATISATION A L'ENDROIT DES FEMMES SEROPOSITIVES (1)

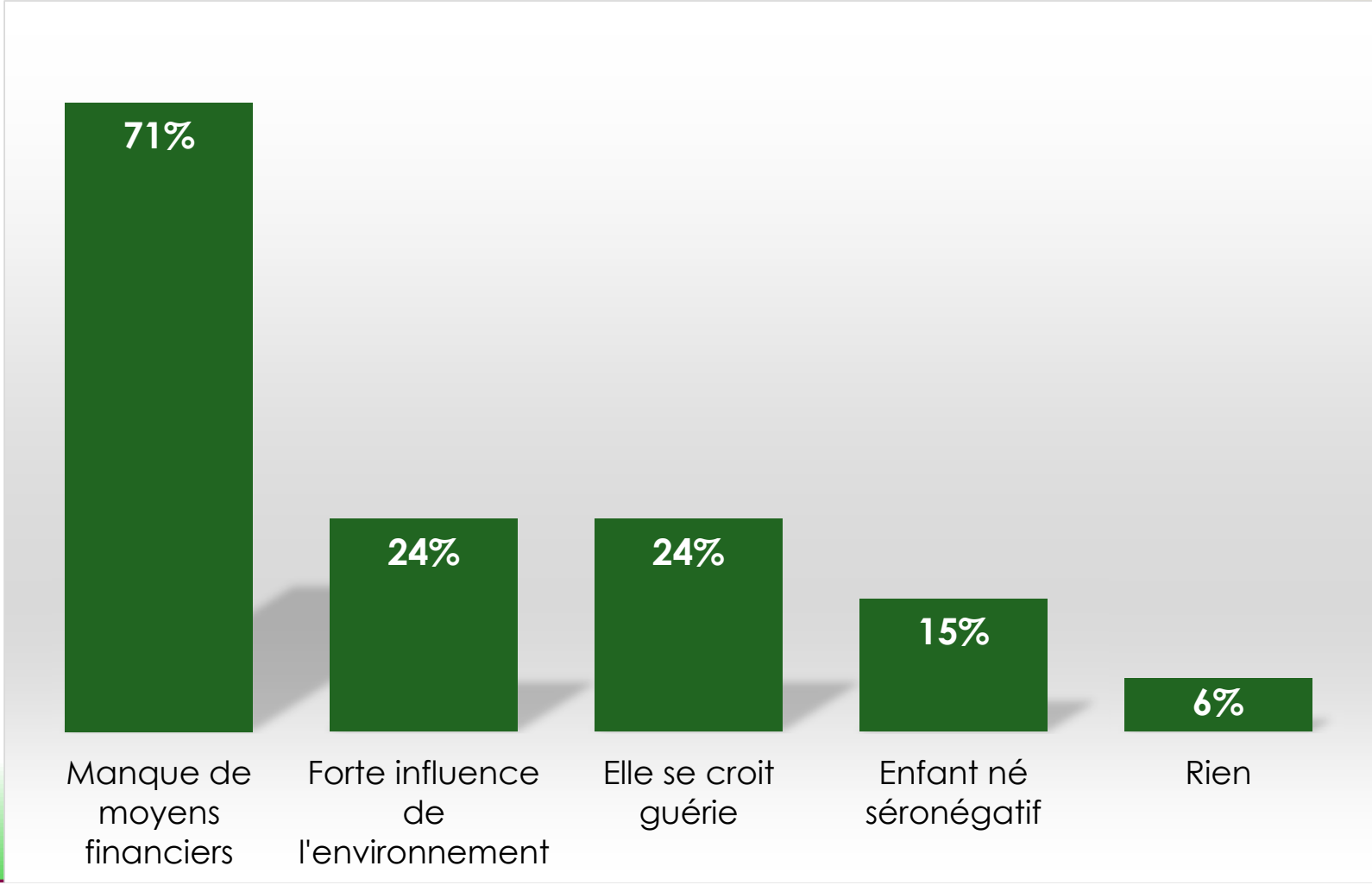
- 81% ont été victime d'actes de stigmatisation
- 47% des actes de stigmatisation se sont avérés, une raison de sortie de soins pour ces femmes
- Par peur d'être stigmatisées, elles se font prendre en charge dans des centres très éloignés ce qui donne
- 49% de raison de sortie de soins (frais de transport)

PRATIQUES DES FEMMES SÉROPOSITIVES ENVERS LEURS CONJOINTS

- Seulement 47% qui ont partagé leurs statuts et un peu plus de la moitié (53%) n'ont pas partagé leur résultat pour diverses raisons
- 49% n'utilise pas systématiquement le préservatif lors des rapports sexuels avec leur conjoint
- 55% de femmes interrogées ont répondu que certaines de leur pairs arrêtent le traitement par peur du partenaire

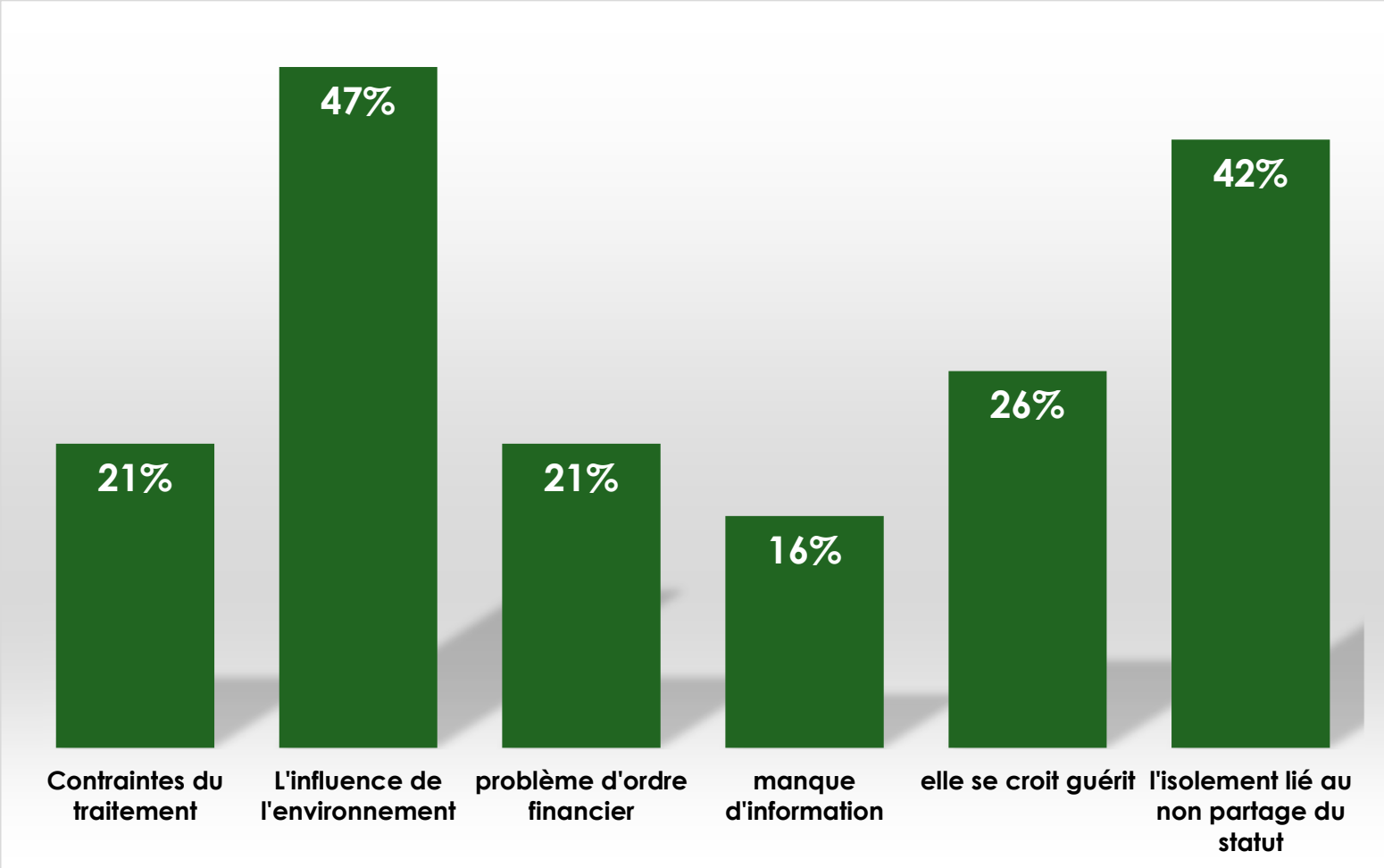
RAISONS DE SORTIE DES SOINS (1)

- **SELON LES FEMMES**

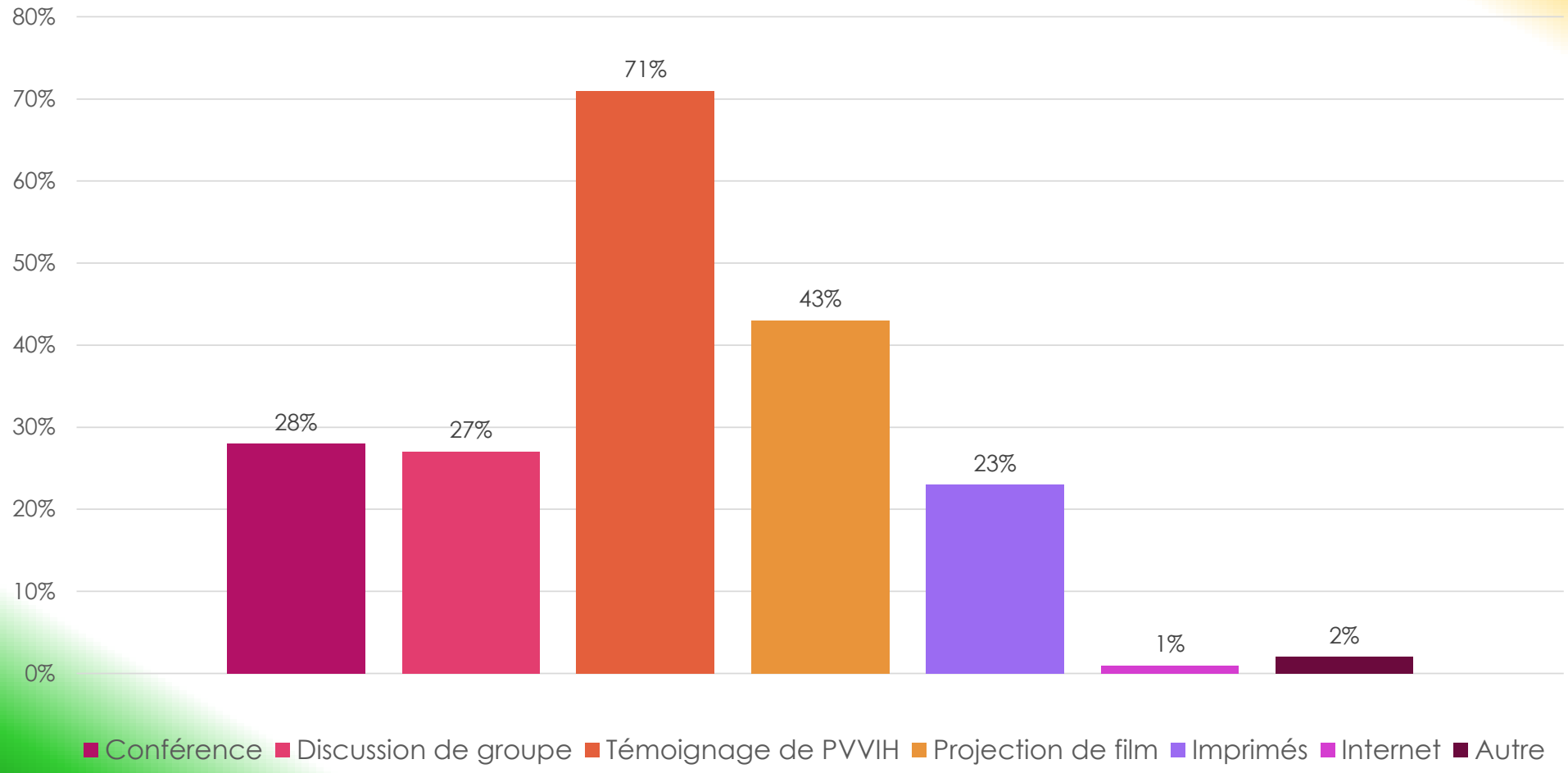


RAISONS DE SORTIE DES SOINS (2)

- SELON LES PRESTATAIRES



COMMENT VOULEZ-VOUS ÊTRE INFORMÉ SUR LA RETENTION?



PROJET DE CCSC EN FAVEUR DE LA RETENTION EN PTME

BASE THÉORIQUE

- Théorie de l'apprentissage social: basée sur les expériences vicaires (ex: les mères tutrices comme modèles positifs à imiter et la création d'environnement favorable pour les PVVIH en changeant l'image funeste d'autrefois du VIH par des images plus positives et plus gaies).
- Théorie de la motivation personnelle: fondée sur l'auto efficacité de l'individu et sa motivation sont primordiales pour une adoption de comportement.

PROJET IEC/CCSC

- projet de Communication pour le Changement Social et de Comportement (CCSC) qui combine un éventail de stratégies innovantes de communication a été proposé en vue:

1. relever le niveau de connaissance des femmes
2. créer un environnement favorable pour l'épanouissement des FVVIH par une contribution des leaders et des communautés
3. A travers une campagne multimédia et de sensibilisation de proximité sur les avantages de la rétention en vue d'aboutir à l'ETME.

PROJET CCSC: PLAN DE COMMUNICATION POUR LA PROMOTION DE LA RETENTION DES FEMMES ENCEINTES ET MERES SEROPOSITIVES DANS LES SOINS VIH

PROBLÈME DE COMMUNICATION	Le taux de rétention des mères séropositives après l'accouchement n'est pas élevé (47%)
CIBLES	Primaire : Femmes enceintes et mères séropositives Secondaire : • Les conjoints, • Leaders communautaires et leaders religieux, • Groupes d'auto support ou de groupes de soutien, • Conseillers communautaires et Agents de santé communautaires.
OBJECTIF DE COM	90% Femmes enceintes et mères séropositives **citeront les avantages à demeurer dans les soins d'ici à 2020**,
LE CHANGEMENT ATTENDU	Avoir une meilleure image et estime d'elles-mêmes ; prendre des initiatives à informer leur conjoint et à les convaincre à les accompagner dans les soins ; développent une perception positive des personnes vivant avec le VIH ; reviennent dans les soins après l'accouchement et y restent et soient des modèles.
LES BARRIERES AU CHANGEMENT	la stigmatisation; la vulnérabilité économique des mères; les questions de genre et VIH; la peur que le partenaire découvre le statut sérologique
STRATEGIE	Paire éducation Education de masse
ACTIVITES	*Conception et Diffusion de spots de sensibilisation *sensibilisation de proximité
MESSAGES	Appel à l'action et bénéfice lié à l'action: Un bon message dit « Je vous connais bien ; je vous comprends assez bien et je comprends vos problèmes, vos aspirations et vos besoins. Je veux vous parler d'un produit auquel je crois, et je suis persuadé qu'il vous apportera un bénéfice et que vous en profiterez
CANAUX	Télé; Radio; Conseillers communautaire; ONG; Prestataires de santé…
SUPPORTS	PAD, BAI, Affiches, Dépliants, Gadgets, Modules de formation… **239 600 000 (BUDGET CAMPAGNE)**

RECOMMANDATION

- la réalisation d'une campagne de communication, répond à un procès qui prend en compte toutes les étapes depuis l'identification du problème de communication jusqu'aux diffusions intenses des messages de sensibilisation en passant par le développement des messages et supports de communication dans un temps donné en vue d'espérer un changement.

CONCLUSION

- Globalement les principales raisons de sortie des soins sont: **l'influence de l'environnement, le déni ou l'isolement lié au non partage du statut, elle se croit guérit,, et le manque d'argent/frais de transport; (stigmatisation) et aussi le mauvais accueil des soignants**
- En dehors des médias classiques, elle privilégient le témoignage de PVVIH, les causeries de groupe, la diffusion de PAD, les conférences et imprimés.

MERCI DE VOTRE ATTENTION