

# Appliquer une Approche de Marché Total au DMPA-SC

Photo © 2012 Akintunde Akinleye/NURHI, Courtoisie de Photoshare

Sûr, efficace et facile à utiliser, le DMPA-SC (Appellation générique de la formule sous-cutanée de DMPA) est un injectable ‘tout-en-un’ qui serait sur le point d’accroître l’accès à la planification familiale et d’améliorer la gamme de méthodes dont disposent les femmes de par le monde. Les femmes peuvent obtenir le DMPA-SC dans des points de services à base communautaire, des pharmacies ou des magasins de médicaments et peuvent même se l’injecter par auto-administration, augmentant ainsi leur contrôle de leurs besoins contraceptifs. Etant donné le nombre important et la diversité des parties prenantes qui pourraient s’intéresser au DMPA-SC, son introduction et son intégration peuvent tirer profit des principes d’Approches de Marché Total (AMT) afin d’améliorer la coordination, l’application et la mise à l’échelle. Les AMT ont suscité beaucoup d’intérêt à l’échelle mondiale en tant que processus pour comprendre et coordonner les acteurs fournissant des produits et services de planification familiale – et pour influencer les interventions qui induisent une restructuration du marché parmi les acteurs des secteurs public et privé.<sup>1</sup>

## Qu’est-ce qu’une Approche de Marché Total (AMT) ?

L’AMT est un processus attesté pour identifier les acteurs du marché et comprendre comment ils peuvent contribuer à un accès accru aux informations, produits et services de planification familiale. Comme le montre la Figure 1, le processus utilise des données pour comprendre les tendances du marché, identifie les forces comparatives de divers secteurs et applique des stratégies restructurant

le marché pour influencer une croissance positive et durable du marché.<sup>1</sup> Le but est d’aboutir à une équité accrue, d’augmenter l’impact sanitaire et d’améliorer la durabilité des marchés de planification familiale par le biais d’investissements provenant de tous les secteurs.

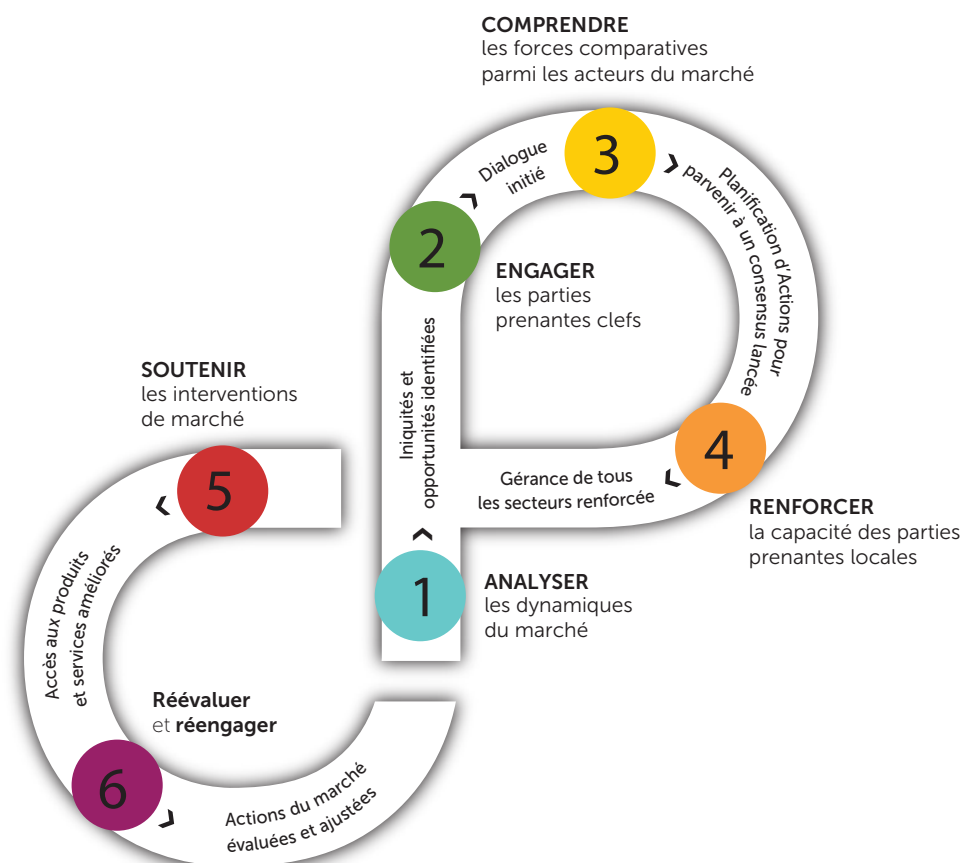
Cette approche reconnaît l’importance d’une collaboration multisectorielle et encourage régulièrement la collaboration avec toute une gamme d’acteurs pour améliorer la programmation. Au niveau mondial, les parties prenantes internationales plaident pour l’AMT en travaillant avec des fabricants multinationaux, en intégrant l’AMT dans la planification et la programmation et en documentant les résultats et meilleures pratiques. Au niveau national, les gouvernements rassemblent une large gamme d’acteurs du marché, soit par le biais de groupes de travail existant dans le domaine de la planification familiale soit en créant des plateformes dédiées à l’AMT. En particulier, l’AMT encourage les parties prenantes à tenir compte du rôle actuel et potentiel du secteur privé, qui est souvent sous-estimé ou ignoré.

## Pourquoi l’AMT est-elle importante pour le DMPA-SC ?

Dans les marchés de planification familiale complexes et dynamiques qui existent aujourd’hui, l’AMT peut aider le DMPA-SC à atteindre une croissance équilibrée et durable. L’approche examine les tendances intersectorielles utilisées, l’approvisionnement des produits et services et l’accès économique et géographique afin de comprendre comment les marchés évoluent, d’insuffler un élan et

<sup>1</sup> Le secteur de santé privé réfère à une communauté vaste et diverse qui inclut tant des groupes à but lucratif que des groupes à but non-lucratif hors du secteur de la santé publique. Le secteur privé couvre une vaste gamme d’entités du secteur de la santé, y compris des praticiens privés individuels, des cliniques, des hôpitaux et des laboratoires et centres de diagnostic ; des organisations non-gouvernementales ; des organisations à base religieuse ; des commerçants et des guérisseurs traditionnels ; des pharmacies et des grossistes, distributeurs et fabricants de produits pharmaceutiques.

Figure 1. Cadre d'Approche de Marché Total



Source: Palladium 2016<sup>1</sup>

d'en tirer le meilleur parti. Pour le DMPA-SC, la coordination stratégique aidera à s'assurer que le secteur public et le secteur privé maximisent tous deux leur avantage comparatif et contribuent à un accès durable.

### Quelles sont les actions clés de l'AMT en ce qui concerne l'introduction et la mise à l'échelle du DMPA-SC ?

#### Tenez compte de la manière dont l'introduction et la mise à l'échelle du DMPA-SC affecteront les marchés existants et en tireront profit

Dans le domaine des contraceptifs injectables, il existe différentes tendances dans les régions et pays en termes de marché global. Chaque pays a sa propre histoire et il est indispensable de comprendre le profil général du pays ainsi que les tendances au niveau des régions et des districts. Par exemple, durant les trente dernières années, la prévalence des injectables en Amérique Latine est passée de 3,7 à 9,9 % et l'approvisionnement a basculé du secteur privé (72%) vers le secteur

public (63%). En Asie, l'utilisation des injectables a cru de 9,1% à 19% tandis que la division du marché entre secteur privé et public est restée relativement stable. En Afrique sub-saharienne, la prévalence des injectables a cru de 5,1% à 10,3%, la part du secteur public baissant légèrement de 72 à 68%.<sup>ii</sup> Il est important de tenir compte de la manière dont le marché actuel peut contribuer à l'introduction et de la mise à l'échelle du DMPA-SC et dont la mise à l'échelle peut influencer le marché, dans tout contexte donné. Pour le DMPA-SC, en particulier, tenez compte des questions suivantes :

- Est-ce que le DMPA-SC est introduit dans un marché où la prévalence des injectables est forte, moyenne ou faible ?
- Quel pourcentage représentent les injectables dans la combinaison des méthodes ?
- Quelles iniquités existent en termes de statuts géographiques (urbain / rural) et socioéconomiques (quintiles de richesse) ?
- Existe-il un marché de secteur privé pour les injectables ?

## Assurez-vous que la coordination pour le DMPA-SC inclut tous les secteurs

Le DMPA-SC génère beaucoup de curiosité et d'intérêt parmi les bailleurs, les gouvernements et les partenaires chargés de l'application. À mesure que les gouvernements acquièrent une meilleure compréhension de la valeur de cette approche, ils sont de plus en plus disposés à diriger des efforts de coordination, établissant les groupes de travail AMT et réunissant les parties prenantes dans différents forums. Il existe une opportunité d'intégrer le DMPA-SC à ces divers efforts et de s'assurer qu'ils soient complémentaires :

- Quelle agence gouvernementale est le mieux placée pour diriger l'AMT dans votre pays ?
- Quels sont les divers acteurs (bailleurs, gouvernement, ONG et le secteur privé) à

impliquer dans l'introduction du DMPA-SC à court et à long terme ?

- Quels défis de coordination entre le secteur public et le secteur privé faudrait-il relever ?

## Tenez compte du rôle potentiel du secteur privé pour le DMPA-SC

Le plaidoyer pour l'AMT fait des efforts délibérés pour rassembler les acteurs du secteur privé à but non-lucratif, du marketing social et du secteur commercial à la table de négociation aux côtés du secteur public. Pour le DMPA-SC, cela signifie avoir une vision claire du rôle du secteur privé durant la planification, l'introduction et la mise à l'échelle. Cela signifie aussi qu'il faut savoir s'il y aura du marketing social et des lancements commerciaux, comment ces canaux de distribution et stratégie de marketing différeront de ceux du secteur public et quelles questions

**Figure 2. Exemple de pays: Les considérations et les actions possibles pour l'AMT**





politiques doivent être réglées pour permettre l'expansion du secteur privé. En général, les forces comparatives du secteur privé incluent un accès / une facilité d'emploi accrus, l'établissement de marchés du secteur privé et une durabilité / un recouvrement des coûts accrus. Si l'on envisage une introduction en marketing social ou en secteur commercial, la coordination des secteurs public et privé devrait relever plusieurs défis dont les suivants :

- L'image de marque et le marketing seront-ils différenciés dans les secteurs public et privé ? Les canaux de distribution pourraient-ils se recouper entre secteurs public et privé, par exemple via la distribution à base communautaire ?
- Quelles questions politiques affecteront l'introduction et mise à l'échelle dans le secteur privé ? Quels fournisseurs ou points de distribution des services peuvent fournir la méthode ? Quelle formation est requise (le cas échéant) pour la distribution à base communautaire ?
- Comment le recouvrement des coûts, la politique de prix et l'approvisionnement affectent-ils la durabilité ? Est-ce que le produit est fourni gratuitement ou acheté par une agence de marketing social ?

## Assurez-vous qu'il y ait assez de mécanismes pour gérer les changements de marché tant dans le secteur public que privé

Les parties prenantes de l'AMT plaident pour un meilleur suivi, rapport et partage des tendances du marché et d'autres données parmi les divers secteurs. Pourtant, les parties prenantes du gouvernement ont rarement des mécanismes en place pour suivre la distribution des produits et la prestation de services par les agences de marketing social ou les organisations non-gouvernementales. De plus, ils ont peu de connaissances concernant les données de planification familiale du secteur

commercial. Etant donné que le DMPA-SC sera probablement introduit par divers canaux, il sera important d'établir un suivi et des systèmes de rapport complets qui captent la contribution de chaque secteur. Il faudra aborder diverses questions, y compris :

- Quel est le mécanisme actuel pour le rapport et le suivi de la planification familiale ?
- Inclut-il tous les acteurs du marché tels que le secteur du marketing social et le secteur commercial ?
- Quel suivi et quelles études de marché supplémentaires sont requis ?

## Références

<sup>i</sup> Palladium. 2016. *Palladium's Total Market Approach – A Pathway for Delivering Health Impact*. Washington, DC: Palladium.

<sup>ii</sup> SHOPS Plus. n.d. "Private Sector Counts." Available at: <https://data.shopsproject.org/index.html>.

<sup>iii</sup> Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie (ANSD) [Senegal] and ICF. 2016. *Senegal: Enquête Démographique et de Santé Continue (EDS-Continue 2015)*. Rockville, MD: ANSD and ICF.

<sup>iii</sup> Direction de la Prévision et de la Statistique (DPS) [Senegal] and Macro International, Inc. 1997. *Enquête Démographique et de Santé au Sénégal, 1997*. Calverton, MD: DPS and Macro.

<sup>iv</sup> Statistics Department [Uganda] and Macro International, Inc. 1996. *Uganda Demographic and Health Survey, 1995*. Calverton, MD: Statistics Department [Uganda] and Macro.

<sup>iv</sup> Uganda Bureau of Statistics (UBOS) and ICF International Inc. 2012. *Uganda Demographic and Health Survey 2011*. Kampala, Uganda: UBOS and Calverton, MD: ICF.

<sup>v</sup> DKT International Nigeria and University of California San Francisco. 2016. *Introducing the Next Generation Injectable in Nigeria*. Abuja, Nigeria: DKT International Nigeria.

<sup>vi</sup> Palladium. 2016. *Mainstreaming the Commercial Sector into Kenya's Family Planning Market: Trends in Sales of Family Planning Products: An Analysis of IMS Health Retail Audit and ESHE Product Distribution Data*. Nairobi, Kenya: Palladium, Enabling Sustainable Health Equity Family Planning Program.

## Contactez-nous

Health Policy Plus  
1331 Pennsylvania Ave NW, Suite 600  
Washington, DC 20004  
[www.healthpolicyplus.com](http://www.healthpolicyplus.com)  
[policyinfo@thepalladiumgroup.com](mailto:policyinfo@thepalladiumgroup.com)

Health Policy Plus (HP+) est un accord coopératif de 5 ans financé par l'Agence Américaine pour le Développement International sous l'égide de l'accord No. AID-OAA-A-15-00051, qui a pris effet le 28 août, 2015. HP+ est mis en oeuvre par Palladium, en collaboration avec Avenir Health, Futures Group Global Outreach, Plan International USA, Population Reference Bureau (PRB), RTI International, l'Alliance du Ruban Blanc pour une Maternité sans Risque (WRA), et ThinkWell.

Les informations fournies dans ce document ne sont pas des informations officielles du Gouvernement Américain et ne représentent pas nécessairement les vues ni les positions de l'Agence Américaine pour le Développement International.