

QUELQUES INDICATEURS DE LA CAMAPAGNE DE DISTRIBUTION DES MILDA DE 2011

Sensibilisation des ménages

Globalement, les ménages ont été bien couverts par la sensibilisation sur la campagne de distribution des MILDA de 2011. En effet, dans près de 9 ménages sur 10, la personne interrogée était au courant de cette campagne.

Dénombrement pendant la campagne

Afin d'évaluer la couverture de la distribution des MILDA, un des indicateurs à considérer est le pourcentage des ménages dénombrés ou ayant reçu un coupon pendant la campagne. Dans l'ensemble, seulement 64% des ménages ont reçu un coupon pendant cette campagne. Ce pourcentage est plus élevé en milieu rural (70%) qu'en milieu urbain (60%).

Temps d'attente au point de distribution

Le temps mis la dernière fois au point de distribution pour avoir les MILDA est variable : seul un ménage sur cinq (21%) en a obtenu en moins de 30 minutes d'attente, et presque autant après 30 minutes à 1 heure d'attente. Pour un ménage sur quatre (26%), que ce soit en milieu urbain ou rural, il a fallu attendre plus de 2 heures pour recevoir des MILDA. Les membres des ménages se sont déplacés en moyenne 2 fois pour se rendre au point de distribution. Au final, 5% des ménages n'ont pas reçu de MILDA, leur attente s'étant révélée vaine.

Effectivité de la distribution

La couverture universelle en MILDA est la distribution d'une MILDA pour deux personnes à risque. Cette couverture a été atteinte dans 35% des ménages à la fin de la campagne de distribution d'octobre 2011. Elle se situe à 32% des ménages en mai 2013.

Quelques dysfonctionnements ont été décelés dans la distribution des MILDA : 7% des ménages n'ayant pas reçu au préalable de coupons ont reçu au moins une MILDA.

Pour trois ménages sur dix, la personne interviewée a répondu que le ménage n'avait pas reçu des MILDA lors de la campagne. Parmi les raisons de non obtention de la MILDA, les ménages ont principalement évoqué : leur absence pendant la campagne de distribution (23%), le non dénombrement du ménage (29%), la perte du coupon (16%), le refus du distributeur (8%) et la rupture de stock (9%).

Accrochage des MILDA reçues

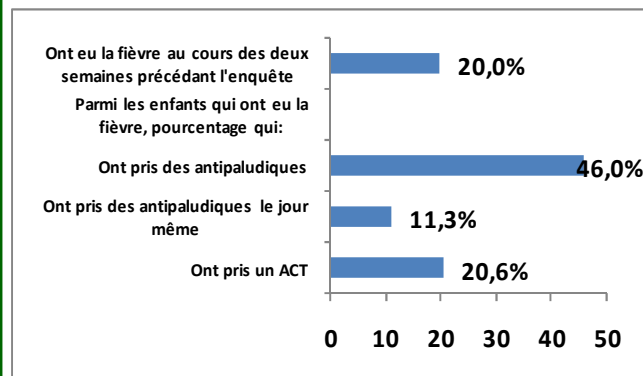
Dans l'ensemble, 7% de ménages ayant reçu des MILDA lors de la campagne ont déclaré n'avoir pas pu accrocher leurs MILDA. Parmi les difficultés les plus évoquées : « ne pas savoir accrocher la MILDA (49%) », « ne pas avoir de matériels pour l'accrocher (13%) », « ne pas avoir les formats/contours appropriés dans la maison pour accrocher la MILDA (13%) » et « ne pas avoir de place pour l'accrocher (10%) ».

Informations sur l'utilisation des MILDA

Dans l'ensemble et quel que soit le milieu de résidence, 61% de chefs de ménages ou leur représentant ont affirmé avoir suivi les informations sur l'utilisation des MILDA, quelle que soit la source utilisée. Ces informations contenaient trois messages : 42 % des ménages ont cité le message « étaler la moustiquaire et laisser à l'air libre 24 heures avant de l'accrocher », 30% « dormir sous la moustiquaire toutes les nuits » et 18% « utiliser les moustiquaires permet d'éviter le paludisme ».

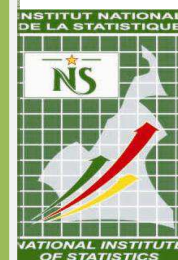
Prévalence et traitement de la fièvre chez les enfants

Parmi les enfants de moins de cinq ans, 20% ont eu la fièvre au cours des deux semaines ayant précédé l'enquête. Le traitement ou des conseils ont été recherchés pour 47% des cas et 21% d'enfants ont été traités par un médicament à base de dérivé d'ACT. Cette proportion varie suivant l'âge de l'enfant et le milieu de résidence. Elle est de 12% pour les enfants de moins de 12 mois et atteint 26% pour les enfants de 48-59 mois. Les enfants du milieu urbain (28%) ont plus bénéficié d'ACT que ceux du milieu rural (13%).



MINISTRE DE LA SANTE PUBLIQUE

Enquête Post campagne sur l'utilisation des Moustiquaires Imprégnées d'insecticide à Longue Durée d'Action (EPC-MILDA 2013)



Etude réalisée avec l'appui technique de
l'Institut National de la Statistique

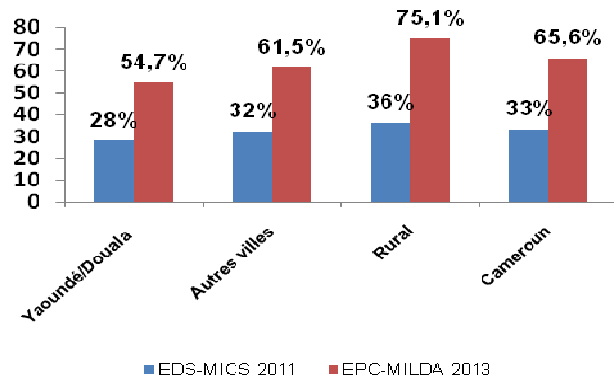
B.P. 134 Yaoundé, Tél. : 22-22-04-45
Fax : 22-23-24-37
Site web : www.statistics-cameroon.org

Août 2013

66% des ménages possèdent une MILDA

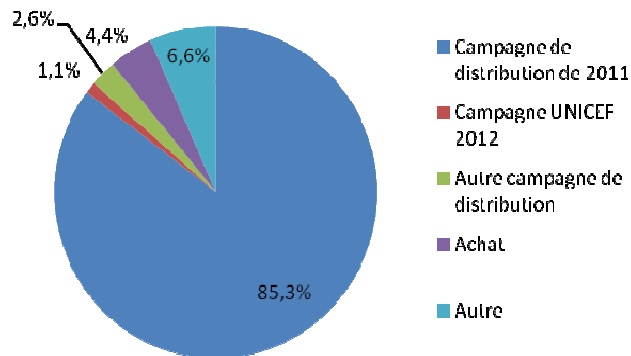
Près de 66% de ménages sont en possession d'au moins une MILDA. Cette proportion était de 33% en 2011. Cette proportion varie selon le milieu: Elle est de 59% en milieu urbain contre 75% des ménages du milieu rural.

Pourcentage de ménages possédant au moins une MILDA



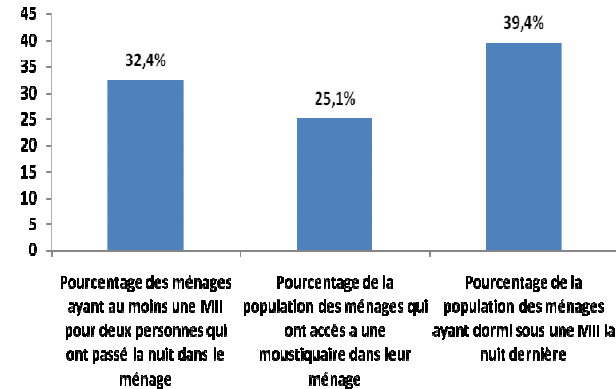
Source d'approvisionnement des ménages en MILDA

85% des ménages en possession d'une MILDA l'ont eu au cours de la campagne de distribution de 2011. Cette proportion se situe à 90% en milieu rural contre seulement 79% en milieu urbain. Elle est de 91% chez les plus pauvres et de 79% chez les plus riches qui disposent sans doute d'autres moyens pour se protéger.



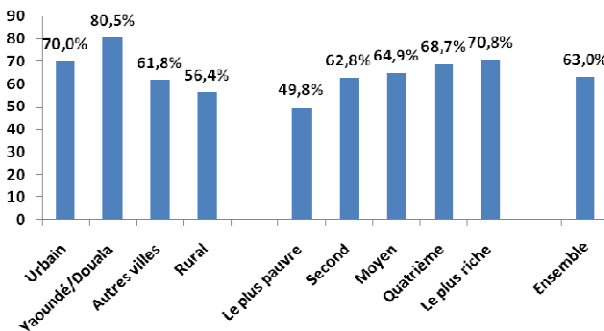
72% des ménages en possession les utilisent

Seulement 72% des ménages en possession des MII les utilisent effectivement. De manière générale, il y a un gap important entre la possession (66%) et l'utilisation (39%) des MII., d'où la nécessité d'intensifier la campagne en vue de relever le taux de couverture en MII et de sensibiliser davantage les ménages à leur utilisation.



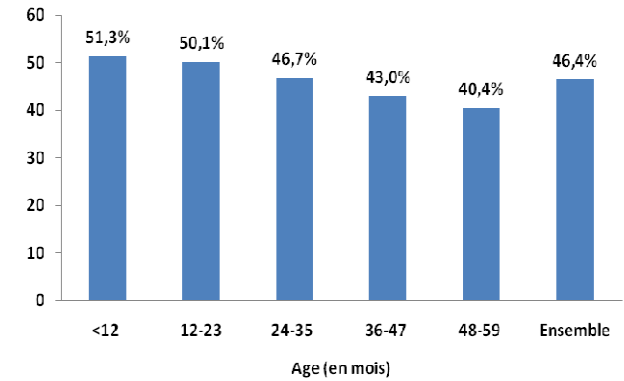
En moyenne 63% des MII disponibles sont utilisées pour dormir

Dans l'ensemble, 63 % des MII disponibles ont été utilisées pour dormir la nuit précédant l'enquête. La chaleur, l'absence de moustiques et l'excès de moustiquaires dans le ménage constituent les principales raisons de non utilisation des MII disponibles. Ce pourcentage est plus élevé en milieu urbain (70%) qu'en milieu rural (56%) et chez les plus riches (71%) que chez les plus pauvres (50%).



A peine 50% des enfants de moins de 5 dorment dans les MII

Un peu moins de la moitié des enfants de moins de 5 ans a dormi sous une MII la nuit précédant l'enquête. L'utilisation des MII diminue avec l'âge.



Les femmes enceintes, une cible de la campagne, sont seulement 41% à dormir sous une MII

Dans l'ensemble 41% de femmes enceintes ont dormi sous une MII la nuit précédant l'enquête. L'utilisation des MII augmente avec le niveau d'instruction de la femme enceinte.

