

MANUEL

DE

FRANCHISE

TABLE DE MATIERES

PARTIE A : BIENVENUE A TOP RESEAU !!

CHAPITRE 1 : INTRODUCTION GENERALE

- 1.1 Préface
- 1.2 Santé de la reproduction : contexte national
- 1.3 Qu'est-ce que le marketing social ?
- 1.4 PSI et le marketing social
- 1.5 Introduction à *TOP Réseau*
- 1.6 Qu'est ce qu'une franchise et le franchising social?
- 1.7 Présentation de la franchise *TOP Réseau*

CHAPITRE 2 : PARTICIPATION

- 2.1 Critères de présélection et de sélection des prestataires *TOP Réseau*
- 2.2 Les avantages de la franchise
 - Tableau 2-1 : Critères de présélection des cliniques
 - Tableau 2-2 : Etapes de sélection de membres de *TOP Réseau*
- 2.3 Thèmes de formation

PARTIE B : LES CRITERES DE QUALITE DE TOP RESEAU

CHAPITRE 3 : PROMOTION DES SERVICES DE QUALITE

- 3.1 Une vision de qualité
 - Image 3-1 : Structuration de la qualité de *TOP Réseau*
 - Tableau 3-1 : Définition des éléments de la structuration de la qualité de *TOP Réseau*
- 3.2 Attentes des jeunes sur la qualité des cliniques
 - Tableau 3-2 : Promesse de qualité des centres *TOP Réseau*

CHAPITRE 4 : GESTION DES LOCAUX

- 4.1 L'emplacement structurel de la clinique et l'aspect extérieur
- 4.2 Salle d'attente/réception
- 4.3 La salle de consultation
 - Tableau 4-1 : Infrastructure minimum de base pour une clinique *TOP Réseau*
- 4.4 Prévention des infections nosocomiales

CHAPITRE 5 : LA BONNE PRISE EN CHARGE DES CLIENTS

- 5.1 L'accueil
- 5.2 L'échange d'information : une bonne communication
- 5.3 Le choix de méthodes de planification familiale et services
- 5.4 Les relations interpersonnelles
- 5.5 La continuité des soins

CHAPITRE 6 : LES SERVICES TOP RESEAU

- 6.1 Les services familiaux – un environnement des soins complets
- 6.2 Les conseils des jeunes
- 6.3 Etablissement d'un profil de risque général d'IST
- 6.4 Prestation des services de planification familiale
 - Figure 6-1 : Etapes à suivre lors de l'utilisation de la boîte à image PF
 - 6.4.1 Protector Plus : préservatif
 - 6.4.2 Pilplan : pilule
 - 6.4.3 Confiance : injectable
 - 6.4.4 La Méthode « Quick start »
- 6.5 La prise en charge des Infections Sexuellement Transmissibles (IST)
 - Figure 6-2 : Etapes à suivre lors de l'utilisation de la boîte à image IST :
 - 6.5.1 Cura 7
 - 6.5.2 Genicure
- 6.6 Les soins post-avortements (SPA)
 - Figure 6-3 : Briser le cycle de L'avortement dangereux

CHAPITRE 7 : ADMINISTRATION

- 7.1 La collecte et conservation des données

7.2 Une proposition de système de gestion financière

Tableau 7-1 : Gamme Des Prix De Consultation *TOP Réseau* Tamatave

7.3 Proposition de gestion des stocks

CHAPITRE 8 : LE MARKETING : ACTIVITES DE PROMOTION DE LA MARQUE MENEES PAR PSI

8.1 La promotion de *TOP Réseau*

8.2 Les supports d'information, éducation et communication (iec)

CHAPITRE 9 : SUIVI ET SUPERVISION : ASSURANCE CONTINUE DE LA QUALITE DE SERVICES

9.1 Comment assurer la qualité

9.2 La supervision

9.3 Les indicateurs de réussite

9.4 Collecte des données et le système sigs

CHAPITRE 10 : EVALUATION DU PROGRAMME

10.1 Pourquoi évaluer ?

10.2 Etude globale de l'approche (programme) *TOP Réseau*

ANNEXES

Annexe 1 : Déclaration sur la propriété

Annexe 2 : Lettre d'agrément

Annexe 3 : Abréviations

Annexe 4 : Fiche de manifestation d'intérêt

Annexe 5 : Registre *TOP Réseau*

Annexe 6 : Registre de client

Annexe 7 : Outil de suivi rapide des centres

Annexe 8 : Actions pour assurer l'hygiène dans une clinique *TOP Réseau*

Partie A
BIENVENUE A
TOP RESEAU !!

CHAPITRE 1 : INTRODUCTION GENERALE

1.1 PREFACE

Ce manuel est élaboré pour offrir aux prestataires de *TOP Réseau* des informations facilement accessibles concernant les attentes du projet *TOP Réseau* en matière de qualité. Il est conçu pour être utilisé par les prestataires de tous les niveaux comme guide de travail de base. Ce guide servira à assurer une amélioration continue de la qualité des prestations.

Le Manuel de *TOP Réseau* est divisé en deux parties :

- *Bienvenue à TOP Réseau* : Cette partie introduit les raisons de l'établissement du projet *TOP Réseau* et les stratégies pour atteindre les objectifs du projet, ainsi qu'une introduction au concept du marketing social et de l'ONG PSI/Madagascar.
- *Critères de Qualité* : Un service de qualité demande un suivi de certaines normes et critères de qualité du point de vue technique de prestation et dans l'administration des services. Cette partie comprend les critères de qualité des services du réseau.

Nous avons élaboré ce manuel qui va vous servir non seulement de document de formation initiale, mais surtout comme une référence quand vous prenez en charge des clients en matière de santé reproductive des adolescents. Il est bien connu que la formation seule ne suffit pas pour assurer la qualité des services et ce manuel vous servira comme un outil d'auto recyclage selon vos besoins dans votre pratique quotidienne.

1.2 SANTE DE LA REPRODUCTION : CONTEXTE NATIONAL

La situation de la santé de la reproduction à Madagascar est décrite ci-après :

Planification Familiale : Il est démontré dans l'EDS 1997 que le taux de fécondité (nombre moyen d'enfants par femme) à Madagascar était de 5.97 en 1997.

Le taux de prévalence contraceptive moderne parmi les femmes en union était de 12%. Le taux d'utilisation des préservatifs comme moyen de contraception parmi les femmes en union était de moins de 1% en 2000 (MICS 2000).

Le pourcentage des femmes qui choisissent d'adopter la planification familiale mais qui n'utilisent aucune méthode (autrement dit, la demande non satisfaite de contraception) était de 45% en 1997 (EDS 1997). Parmi les femmes de 15 à 19 ans, le taux d'utilisation des méthodes modernes est moins de 10% et il est à noter que ¼ des femmes avaient déjà eu un enfant à l'âge de 18 ans.

Presque 20% des jeunes filles de 15 à 24 ans ont eu leur 1^{er} rapport sexuel avant l'âge de 15 ans selon l'EDS faite en 1997.

Infections Sexuellement Transmissibles : D'après le Conseil National de Lutte contre le SIDA (CNLS), les IST occupent la 6^{ème} place parmi les 10 premières causes de morbidité en consultation dans les Centres de Santé Publique en 1999 et 2000. Plusieurs études ont rapporté que le taux de prévalence des IST, en particulier les écoulements génitaux, est de 2 à 3 fois plus élevé chez les jeunes de 15 à 24 ans par rapport aux autres groupes d'âge. Il en est de même pour la prévalence du VIH/SIDA.

Le SIDA constitue une « urgence silencieuse » à Madagascar, où la prévalence de l'infection à VIH, bien que relativement faible (estimée à moins de 1% en 2002 par l'ONUSIDA), connaît une augmentation exponentielle.

Une évaluation des indicateurs de qualité de prestation de service pour la prise en charge des IST (Indicateurs de Prévention IP6/ IP7 de l'OMS) a été faite à Madagascar en 2000 auprès des centres de santé de base du secteur public et a montré un niveau très bas de ces indicateurs. Ceci reflète à la fois une lacune des prestataires dans la prise en charge des IST ainsi qu'une capacité en conseil (counseling) à améliorer en plus de la nécessité capacités techniques de base de ces derniers.

1.3 QU'EST CE QUE LE MARKETING SOCIAL?

La technique du marketing social est une des manières les plus efficaces pour améliorer la santé et la qualité de vie des personnes à faibles revenus. Le marketing social fait intervenir la vente de produits et de services sanitaires nécessaires à des prix subventionnés et abordables en motivant leur utilisation et en encourageant le comportement sain qui leur est associé. Le marketing social utilise les mêmes approches que celles des compagnies propriétaires des plus grandes marques du monde comme Coca-cola et Colgate pour promouvoir des produits de santé.

Cette méthodologie a été mise en vigueur en 1996 à Madagascar dans l'effort de promouvoir l'adoption d'utilisation des condoms pour la prévention de la transmission des IST/VIH et pour la planification familiale.

- Le marketing social utilise les canaux commerciaux et les ONGs existants afin de :
 - mettre à la disposition de la population les informations essentielles dont ils ont besoin pour mener une vie saine ;
 - mettre à la portée de tous les produits et services de santé à des prix abordables ;
 - motiver la population à utiliser ces produits et services et d'adopter des comportements sains.
- Le niveau des connaissances sur la santé dans beaucoup de communautés est très bas. Le marketing social vise à rectifier cela.
- L'approche de marketing social de PSI est une approche compréhensible de changement de comportement. Il combine la distribution et la commercialisation des produits et services de santé à des prix abordables aux personnes qui en ont besoin ; couplées avec des communications motivantes qui augmentent la demande parmi les utilisateurs potentiels.
- Le marketing social ainsi conçu par PSI, crée une demande bien informée en plus de la disponibilité des produits à des prix abordable. Le marketing social est un des outils les plus efficaces que nous possédons pour permettre aux personnes à faible revenus de mener des vies plus saines. Les préservatifs sont un bon exemple. Le marketing social des condoms permet aux personnes pauvres de choisir combien d'enfants ils veulent avoir et à quel moment les avoirs. Ayant ce choix, les parents peuvent éviter beaucoup de risques sur la santé des mères et des enfants ainsi qu'améliorer leur possibilité de soutenir financièrement leur famille.
- En promouvant une connaissance des produits ou services à la communauté et le lieu où ces produits ou services sont disponibles, le marketing social est très, très efficace. Mais quand un produit ou service demande la compétence d'un prestataire qui peut le fournir et offrir des conseils professionnels sur son utilisation/consommation, le Franchising Social (voir section 1.6) devient une autre stratégie importante, et cette stratégie est impliquée dans l'extension du *TOP Réseau*.

1.4 PSI ET LE MARKETING SOCIAL

Population Services International (PSI) est un organisme non gouvernemental à but non lucratif qui utilise les techniques de marketing social et de communication pour améliorer la santé des populations

à faibles revenus. PSI a commencé à Madagascar en 1999 avec le marketing social d'un seul produit, le condom Protector Plus et actuellement PSI fait la promotion de neuf produits.

Les produits de PSI sont de haute qualité, sûrs et efficaces, accompagnés de notices illustrées et écrites en langage local. Les prix de ces produits sont accessibles à toute la population. Les produits de PSI à Madagascar sont les suivants :

Traitement des IST :

- A. Cura 7– le kit de prise en charge des écoulements génitaux
- B. Genicure – le kit de prise en charge des ulcérations génitales

Planification familiale :

- C. Protector Plus – le condom standard de très haute qualité
- D. PilPlan – la pilule contraceptive de prise quotidienne
- E. Confiance – la contraception injectable

Santé générale et maternelle/infantile :

- F. Sur'Eau – le produit pour traiter et rendre l'eau potable
- G. Super Moustiquaire – la moustiquaire imprégnée d'insecticide
- H. PaluStop – traitement à domicile de cas non compliqués de paludisme spécialement formulé pour enfants

TOP Réseau est un peu différent des autres produits du fait que ce n'est pas un produit. *TOP Réseau* est un « paquet » de services (PF et IST) spécialement formulé pour répondre aux besoins en santé de reproduction des adolescents. Même s'il n'est pas un produit « classique » en tant que tel, c'est une marque de qualité et les principes de marketing social y sont toujours appliqués.

1.5 INTRODUCTION À *TOP RÉSEAU*

1.5.1. Historique du Projet *TOP Réseau*

Madagascar fait partie des trois pays de l'Afrique Sub-Saharienne à recevoir un financement pour un projet de santé reproductive des adolescents de la fondation Bill et Mélinda Gates. C'est à travers ce projet que PSI s'est engagé à contribuer aux efforts du Gouvernement malgache à améliorer la santé reproductive des adolescents comme décrit dans sa *Politique Nationale de Santé des Adolescents et des Jeunes à Madagascar* (avril 2000).

A Madagascar la majorité des cliniques de Santé de la Reproduction existantes¹ pourvoient aux besoins des couples mariés et les prestataires de services sont souvent perçus par les jeunes comme ne répondant pas à leur besoin.

TOP Réseau est la réponse aux besoins et aux souhaits des jeunes en terme de soins et d'information pour améliorer leur santé vis-à-vis de la reproduction. En effet, les résultats des recherches qualitatives² effectuées auprès des jeunes de 15 à 24 ans à Tamatave ont montré les besoins et attentes des jeunes vis-à-vis des centres. Ces besoins ont servi de référence pour l'identification des attributs de *TOP Réseau*.

PSI a créé le réseau de clinique « privé » *TOP Réseau* avec le concours des centres déjà existants et fonctionnels à Tamatave.

Les services de *TOP Réseau* de PSI/Madagascar, avec la collaboration de plusieurs partenaires, contribuent effectivement à l'épanouissement des jeunes, qui représentent 32% de la population, afin de les préparer à être des adultes sains et pleinement responsables de leur santé, celle de leur partenaire et de leur future progéniture.

Il est important de noter que *TOP Réseau* est effectivement une « Marque » qui demande que tout membre prestataire des services *TOP Réseau* comprenne bien et contribue au maintien de la qualité de cette « Marque ». Ce manuel est destiné aux prestataires de services *TOP Réseau* et démontre « comment » devenir membre et maintenir son inclusion dans le réseau.

¹ Non membres de *TOP Réseau*

² « Recherche qualitative sur les services et la communication sur les IST/SIDA en santé reproductive des adolescents et des jeunes » CESRAM Août 2000
« Comportement des jeunes en matière de sexualité et de prévention des IST/SIDA » Cas de Tamatave FOCUS Development Association Novembre 2000

1.5.2 Présentation de *TOP Réseau*

But : *TOP Réseau* a pour but d'améliorer la santé de la reproduction des jeunes de 15 à 24 ans à Madagascar par la réduction de la prévalence des infections sexuellement transmissibles (IST), incluant le VIH/SIDA, et des grossesses non désirées.

Objectifs : Pour atteindre ce but de *TOP Réseau*, les objectifs essentiels suivants sont visés :

- Faciliter l'accès pour les jeunes aux services de qualité de santé en matière de reproduction
- Augmenter la demande pour les services et produits de santé de reproduction parmi les jeunes en améliorant leur niveau de connaissance (y compris la perception de risque, l'efficacité en soi, et les modes de prévention) en ce qui concerne les IST et les grossesses non désirées.

Stratégies : PSI/Madagascar a établi un réseau de prestataires de services de santé qui sont spécialement formés pour offrir des services de santé de reproduction de très haute qualité aux jeunes (surtout ceux qui sont sexuellement actifs et pas encore mariés). Les membres prestataires de *TOP Réseau* offrent une gamme de services, de conseil et de soins adaptés particulièrement aux jeunes, incluant la prévention et traitement des IST et la contraception. Les services sont offerts aux jeunes à un prix spécial et abordable (moins que celui demandé à la clientèle générale).

Les comportements préventifs et de recours aux soins sont promus parmi les jeunes à travers une campagne compréhensive de communication pour le changement de comportement qui inclut le mass media et aussi des approches individuelles utilisant la communication interpersonnelle. (Voir Chapitre 8 pour une description des activités de promotion et communication).

1.5.3. Zones d'Intervention

Vu le financement restreint pour la mise en place/extension de *TOP Réseau* à Madagascar, une étude des secteurs prioritaires des lieux géographiques a été nécessaire. Les critères de choix des zones géographiques d'intervention de *TOP Réseau* sont les suivants:

1. Milieu urbain : zone à très haut risque d'IST/VIH/SIDA et à très forte densité de jeunes
2. Zones identifiées comme « hypersensibles » par le Comité National de Lutte contre le SIDA.
3. Existence d'infrastructure médicale de base et opérationnelle

En plus, et peut être le plus important de tous les critères de choix, *TOP Réseau* opère là où les besoins en santé reproductive des jeunes sont non satisfaits.

En 2000, la ville de Tamatave était sélectionnée comme zone d'intervention initiale sur la base de trois considérations primaires :

- La grande taille estimée de la population des jeunes à haut risque : Etant la zone portuaire urbaine et touristique la plus grande, Tamatave est le point focal d'activités à hauts risques, où

la prévalence des IST est très élevée. D'après le Laboratoire National de Référence du VIH/SIDA, 34% des 45 000 cas d'IST traités au niveau national en 1998 ont été enregistrés à Tamatave.

- L'existence des opportunités de partenariat potentiel : la présence de centres médicaux à Tamatave avec des médecins ayant déjà reçu la formation en planification familiale par le projet PSI en collaboration avec ITEM, et l'existence des associations et des autres ONG qui ciblent les jeunes et luttent contre les IST y compris le VIH/SIDA.
- L'existence des trois produits contraceptifs de marketing social de PSI/Madagascar : le préservatif *Protector Plus*, le préservatif oral *Pilplan*, et le préservatif injectable *Confiance*.

En août 2003 à Tamatave, les membres du *TOP Réseau* étaient constitués de 19 cliniques privés avec 33 médecins

TOP Réseau est maintenant en pleine phase d'extension, grâce à un soutien financier du Fond Mondial pour la Lutte Contre le SIDA, Tuberculose, et Paludisme ainsi que l'USAID, afin de servir les villes d'Antananarivo, Diego Suarez, Tuléar et éventuellement Majunga.

Pour assurer une extension effective de *TOP Réseau*, PSI offre aux prestataires privés qui satisfont les critères de choix décrits en Chapitre 2, l'opportunité de devenir des « franchisés » de la marque *TOP Réseau*.

1.6 QU'EST CE QU' UNE FRANCHISE ET LE FRANCHISING SOCIAL?

Le franchising social est une stratégie d'affaires prouvée très efficace. Une franchise est « une relation contractuelle entre franchisé et franchiseur auquel le franchisé accepte de produire ou commercialiser/vendre un produit ou service conformément au plan directeur créé par le franchiseur. » (*Stanworth 1995*).

Ce processus consiste à prendre une affaire prospère, analyser comment elle fonctionne et raffiner ces pratiques et ces procédures afin d'établir un paquet modèle qui permet de la répliquer effectivement ailleurs.

Pour être efficace et avoir la réussite , une franchise demande trois composantes

- Le plan directeur et format de l'affaire : c'est le résultat de l'analyse profonde de l'affaire originale et son raffinement. Le plan directeur définit qu'est-ce qui est effectivement franchisé et comment il doit être mis en place et fonctionner.
- La marque – ça fait l'objet d'une grande promotion par le franchiseur et est l'indication ultime des produits/services de haute qualité à prix abordable. Elle développe une « réputation » parmi les consommateurs. Des liens sont créés entre la marque et les distributeurs ou prestataires et augmentent ainsi le volume d'affaires des franchisés.
- Assurance de Qualité – pour qu'une franchise soit une réussite la Marque doit délivrer la qualité énoncée par le franchiseur et attendue par le consommateur. Alors, il est essentiel que les franchisés démontrent une performance consistante avec les normes établies spécifiées par le franchiseur. Ce niveau de qualité est assuré par:
 - La formation et le soutien assurés par le franchiseur pour que le franchisé atteigne les normes et qualité requises,
 - Le suivi et l'évaluation pour assurer que les normes soient atteintes dans la pratique même et que les franchisés adhèrent au plan directeur de l'affaire.

Ce qui distingue la franchise sociale de son cousin purement commercial est le fait qu'en plus du plan directeur, marque, et assurance de qualité, la franchise sociale fait promouvoir aussi le changement positif de comportement des consommateurs et assure l'accessibilité des jeunes de faible niveau économique aux produits et services, le cible ultime de *TOP Réseau*.

Comme pour le marketing social, la seule vraie différence entre le franchising commercial et le franchising social est le but. Le franchiseur social ne cherche pas à s'enrichir. Le point est plutôt mis sur l'assurance de l'accessibilité, la compréhension de l'utilité, et ultimement l'utilisation effective des produits bénéfiques pour les utilisateurs. Le franchiseur social utilise le contrôle financier seulement pour s'assurer que ces objectifs soient atteints à un coût minimum que possible.

1.7 PRESENTATION DE LA FRANCHISE *TOP RESEAU*

TOP Réseau est effectivement une marque qui demande un certain minimum de consistance de qualité de services des prestataires *TOP Réseau*. Certaines caractéristiques sont requises pour l'accès et le maintien de la franchise.

1.7.1 Les Caractéristiques des Cliniques

Les cliniques franchisés de *TOP Réseau* doivent posséder au minimum les attributs suivants :

Un service Spécialisé et adapté aux jeunes	S	
Un Accueil chaleureux		A
Un respect de la Confidentialité	C	
Des services de Haute qualité		H
Des prix Abordables		A

1.7.2 Les Services

Toutes les cliniques *TOP Réseau* offrent, à un prix réduit, les services de base en santé reproductive pour les jeunes incluant:

- Les conseils approfondis (counseling)
- La prise en charge des IST
- Les conseils et produits de planification familiale

Les gammes de services offertes seront élargies en fonction des besoins et attentes des jeunes.

Les critères de qualité et attributs des services des cliniques sont détaillés dans les chapitres suivants.

CHAPITRE 2 : PARTICIPATION

2.1 : CRITERES DE PRESELECTION ET DE SELECTION DES PRESTATAIRES TOP RESEAU

Les prestataires reçoivent une plus grande satisfaction personnelle et professionnelle de leur travail lorsqu'ils peuvent offrir des soins de qualité et sentir que l'importance de leur travail.

Pour assurer la meilleure qualité dans le *TOP Réseau*, certains principes sont mis en vigueur comme suit :

- Le clinique doit satisfaire les critères de sélection élaborés par PSI. (Voir tableau 2.1 : Les critères de présélection des cliniques *TOP Réseau* et tableau 2.2 : Les étapes de sélection pour être membre du *TOP Réseau*.)
- Les cliniques à succès de *TOP Réseau* sont personnellement motivés à travailler pour les jeunes et se considèrent comme offrant un service plutôt que de « faire un travail » tout simplement.
- Chaque prestataire de services *TOP Réseau* doit terminer avec succès le cours de formation initiale *TOP Réseau* avant d'être admis dans le Réseau *TOP Réseau*. (Voir tableau 2.3 : Les thèmes de formation *TOP Réseau*.)
- L'acceptation par le prestataire d'une invitation pour rejoindre le *TOP Réseau* et en devenir un membre actif est suivie par un agrément entre la clinique et *TOP Réseau* (voir « lettre d'agrément » dans l'annexe 2) dans laquelle les deux parties acceptent de respecter les normes de qualité prescrites, telles que définies par ce Manuel du *TOP Réseau*.

2. 2 : LES AVANTAGES DE LA FRANCHISE

Une évaluation interne de *TOP Réseau* a révélé que les prestataires du réseau *TOP Réseau* ont augmenté de manière significative les volumes des clients jeunes dans leurs cliniques et ont élargi l'accès aux services de santé de la reproduction parmi les groupes à revenus faibles. Les membres de *TOP Réseau* ont aussi favorisé une plus grande possibilité de choix des méthodes de planification familiale dans les cliniques des prestataires.

Comme membre de *TOP Réseau*, chaque prestataire par le biais de la clinique pour laquelle il/elle travaille jouit d'un ensemble d'avantages de la franchise décrits ci-dessous :

- Formation et amélioration des connaissances : Les programmes de formation, de renforcement des capacités et perfectionnement ainsi que la littérature offerte par *TOP Réseau* sont des occasions pour l'amélioration des connaissances du prestataire.
- L'assistance technique et l'assurance de la qualité : le superviseur de *TOP Réseau* de PSI rencontre régulièrement le prestataire de *TOP Réseau* pour assurer une assistance technique régulière. Des tables rondes/réunions trimestrielles sont organisées avec les prestataires pour traiter des problèmes spécifiques et renforcer certains points si besoin est.
- Manuel de franchise *TOP Réseau* : ceci constitue un guide aux prestataires surtout dans la pratique des services de santé de la reproduction des jeunes. Il comprend les protocoles, et les procédures à suivre ainsi que les normes et le niveau de qualité requises par *TOP Réseau*.
- Création de la demande de services de Santé Reproductive : *TOP Réseau* crée la demande auprès des jeunes pour les services *TOP Réseau* à travers les campagnes de communication, telles que la télévision, la radio, les panneaux publicitaires, les dépliants, les cinémobiles et les pairs éducateurs. Ces activités visent à informer les jeunes que là où ils voient une clinique affichant le logo *TOP Réseau*, ils peuvent être sûrs que les services de santé de la reproduction offerts par cette clinique sont de haute qualité, à bon prix et confidentiels. Par exemple, à Tamatave 377 séances d'IEC par les 14 pairs éducateurs sont organisées chaque mois, où les jeunes scolarisés ou du quartier, sont invités à s'informer sur des sujets de santé de la reproduction et les services des cliniques *TOP Réseau*.
- Fourniture des outils de promotion : Le service marketing de *TOP Réseau* fournit des matériels de promotion à utiliser par les prestataires *TOP Réseau*. Ceux-ci sont habituellement distribués lors des visites de supervision. Les exemples de matériels de promotion comprennent : les dépliants *TOP Réseau*, gants, affiches des prix de consultation, autocollants, serviettes, stylos, calendriers, ordonnanciers, porte préservatifs, casquettes, T-shirts, foulards, paréos et rideaux de séparation.
- Fournitures des supports et outils d'Information, d'Education et de Communication (IEC) : *TOP Réseau* a élaboré des matériels IEC pour la promotion de la santé de la reproduction des jeunes. Ces matériels IEC doivent être disposés et disponibles dans les cliniques *TOP Réseau* et utilisés pendant les consultations des clients pour aider à l'échange des informations. Des exemples de matériels IEC de *TOP Réseau* sont : dépliants pour clients, des bandes dessinées, kit de prévention, boîte à image sur la prise en charge des IST et les méthodes contraceptives.

- Formation Médicale continue : *TOP Réseau* organise des ateliers de perfectionnement réguliers pour permettre aux prestataires d'être à la pointe des développements dans le domaine de la santé de la reproduction. Les prestataires sont fortement conviés à participer à ces ateliers.
- Soutien : en faisant partie de *TOP Réseau* le prestataire reçoit le respect et la reconnaissance des clients jeunes et de la communauté.

Pour bénéficier de ces avantages, le prestataire *TOP Réseau* doit coopérer avec le programme *TOP Réseau*. Les responsabilités d'un franchisé de *TOP Réseau* sont résumées ci-dessous.

Au minimum , chaque prestataire de *TOP Réseau* doit :

- Offrir des services de santé de la reproduction et des informations de haute qualité à tous les clients jeunes à des prix abordables ;
- Maintenir en permanence des bonnes normes de prévention des infections nosocomiales ;
- Garder les données confidentielles des clients reçus à la clinique ;
- Remplir le registre *TOP Réseau* pour tout contact avec les clients et transmettre les données à *TOP Réseau* selon la fréquence requise ;
- Respecter la politique de prix des services *TOP Réseau* ;
- Etre à la pointe des mouvements en santé de la reproduction
- Coopérer avec les initiatives de promotion entreprises par *TOP Réseau* ;
- Maintenir les opérations et la qualité telles que définies dans ce Manuel de *TOP Réseau* ;
- Respecter la lettre d'agrément avec *TOP Réseau* ;
- Participer à la cotisation annuelle ;
- Assister à toutes les formations médicales continues organisées par le franchiseur (PSI) ; et
- Respecter les normes de qualités préétablies dans l'exercice de leur fonction.

Tableau 2-1 : Critères de présélection des cliniques

<p>1. Chaque médecin des centres candidats doit être :</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Motivé à être un médecin « ami des jeunes » ■ Un médecin ayant un « esprit jeune » ■ Disposé à aborder, sans être gêné, les sujets sur la sexualité avec les jeunes ■ Un médecin qui adhère à la nécessité de sensibiliser les jeunes sur la prévention des infections sexuellement transmissibles et grossesses non désirées ■ Formé en méthodes de planification familiale moderne et en approche syndromique pour le traitement des IST et un désir de développer et élargir cette connaissance ■ Intéressé par le développement de sa propre performance dans l'exercice médical : formations, séances de remise à niveau, assistances techniques ■ Intéressé par l'augmentation de la clientèle jeune ■ Soucieux de la qualité de service offert ■ Prêt à payer la cotisation annuelle d'adhésion <p>2. Les médecins des centres candidats doivent être membres du CROM de la région.</p> <p>3. Les médecins des centres candidats doivent être prêts à améliorer les services et les aspects des cliniques pour le rendre accessible aux jeunes</p> <p>4. Les centres doivent être fonctionnels depuis au moins deux ans (ou deux ans au moins de pratique pour les médecins d'exercice libéral) et doivent posséder les caractéristiques suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Plaque d'identification : <ul style="list-style-type: none"> ▸ bien lisible, présentable et facilement repérable ■ Heures d'ouverture convenables : <ul style="list-style-type: none"> ▸ heures d'ouverture affichées, bien en vue, à l'extérieur du centre ■ Espace : <ul style="list-style-type: none"> ▸ 1 salle distincte pour la consultation/conseil ▸ 1 salle/lieu d'attente à part la salle de consultation: avec des chaises pour 4 personnes au moins ■ Equipements : salle de consultation et de conseil : <ul style="list-style-type: none"> ▸ un bureau et chaise(s) ▸ tensiomètre et stéthoscope, thermomètre, pèse-personne ▸ boîte d'examen vaginale (boîte inox, deux spéculums, sonde urinaire, 2 pinces) ▸ table d'examen, ordonnancier ▸ un évier (facultatif), de l'eau courante, du savon et des serviettes ▸ les consommables médicaux (coton, compresses, seringues à jeter, aiguilles, gants, etc) ▸ nécessaires pour la prévention des infections (pissette avec de l'alcool etc.) ▸ poubelle pour objets tranchants, pour le rebut des déchets contaminés ■ Equipements : salle d'attente : <ul style="list-style-type: none"> ▸ 1 banc ou des chaises suffisantes pour asseoir au moins 4 clients à la fois ▸ une espace pour les documentations IEC ▸ Mettre de la musique ou la radio ou la télévision (selon vos possibilités) ▸ des affiches murales attrayantes
--

Tableau 2-2 : Étapes de sélection de membres de *TOP Réseau*

La sélection des franchisés se fera en 5 étapes :

- Etape 1 : remplir la fiche de manifestation d'intérêt (voire Annexe 4).
- Etape 2 : satisfaire les critères de sélection (selon les résultats de l'entretien et l'inspection de votre centre par un responsable de PSI).
- Etape 3 : suivre la formation initiale de 2 jours et demi de PSI en santé de la reproduction des adolescents (assister à la formation de PSI en prise en charge des IST par l'approche syndromique et du PF) et avoir atteint le niveau requis à la suite de celle-ci.
- Etape 4 : Signer le contrat d'adhésion avec PSI.
- Etape 5 : Payer la cotisation minimale annuelle.

2. 3: THEMES DE FORMATION

Un des très grands avantages d'être membre de *TOP Réseau* est la gamme de formations offerte. Ces formations aident à augmenter la qualité des services offerts par les prestataires du réseau.

Les thèmes de la formation initiale : à l'intention des médecins sélectionnés sont les suivants :

<p>Service convivial de santé de la reproduction pour les jeunes</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Information opérationnelle sur <i>TOP Réseau</i></u> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Introduction au PSI et <i>TOP Réseau</i> 1.2. les caractéristiques psychologiques des jeunes 1.3. la santé reproductive des jeunes 1.4. le cycle du réseau : méthodes de suivi et leur but 1.5. discussion des éléments du contrat 2. <u>La qualité de soins</u> <ol style="list-style-type: none"> 2.1. les composantes des soins de qualité 2.2. les critères de qualité <i>TOP Réseau</i> 2.3. la gestion des infrastructures à l'intérieur du clinique 2.4. l'élaboration du plan d'action pour la mise en place des soins de qualité 3. <u>Le conseil et la contraception</u> <ol style="list-style-type: none"> 3.1. l'accueil 3.2. les méthodes contraceptives adaptées aux jeunes 3.3. comment conseiller les jeunes 3.4. le choix informé et volontaire sur la contraception 3.5. l'utilisation des aides visuelles 4. <u>La prise en charge des IST</u> <ol style="list-style-type: none"> 4.1. les IST 4.2. l'approche syndromique 4.3. l'utilisation des aides visuelles 5. <u>Pratique de counseling IST/Contraception/Conseil</u> <ol style="list-style-type: none"> 5.1. remplissage du registre <i>TOP Réseau</i> 5.2. principes de l'examen pelvien 5.3. faire la différence entre les patients et les clients de planification familiale 5.4. exercice pratique en conseils approfondis (counseling) 6. <u>Visites sur terrain</u> <ol style="list-style-type: none"> 6.1. assister à une séance des pairs éducateurs 6.2. visiter et connaître les lieux de fréquentation des jeunes

Durée : 2 1/2 jours

Après avoir suivi la formation initiale, les prestataires membres de *TOP Réseau* ont accès à des formations continues sur une variété de sujets. Un thème très important dans la formation continue est « la gestion du cabinet médical ». Cette formation est destinée aux membres prestataires. Le programme de cette formation est le suivant :

Formation GESTION D'UN CABINET MEDICAL	
1 ^{er} formation	Code de déontologie Communication médicale et développement de la notoriété <ul style="list-style-type: none"> ■ gestion relationnelle ■ marketing "un à un"
2 ^e formation	Gestion de la clientèle <ul style="list-style-type: none"> ■ circuit des clients ■ fiche clinique
3 ^e formation	Gestion des ressources humaines <ul style="list-style-type: none"> ■ sélection technique et psychologique des prestataires ■ notion sur le code du travail ■ style de gestion
4 ^e formation	Gestion financière <ul style="list-style-type: none"> ■ notion de comptabilité ■ cahier de gestion financière
5 ^e formation	Gestion de stock <ul style="list-style-type: none"> ■ cycle de gestion de stock ■ calcul de la commande

Durée : une journée et demi par formation

Un autre thème important abordé durant la formation continue des membres du réseau est l'accueil des jeunes clients. Cette formation est généralement offerte aux agents d'accueil et des paramédicaux des cliniques membres de *TOP Réseau*. La formation dure une journée incluant les thèmes suivants :

Formation :	Accueil des jeunes clients
Une journée	<ul style="list-style-type: none"> ■ notions sur <i>TOP Réseau</i> ■ santé reproductive des jeunes ■ accueil de qualité ■ abordage ■ premier contact ■ écoute attentive

Les thèmes de la formation continue seront adaptés selon le besoin et sur la base des résultats des activités de suivi et d'évaluation. Chaque formation continue comportera à la fois des nouveaux thèmes et une révision de ceux de la formation initiale.

Partie B
LES CRITERES DE QUALITE DE
TOP RESEAU

CHAPITRE 3 : PROMOTION DES SERVICES DE QUALITE

Les soins de bonne qualité attirent, satisfont, et conservent les clients en leur offrant des services, des approvisionnements, des informations et le support émotionnel dont ils ont besoin pour satisfaire leurs objectifs reproductifs.

Insister sur la qualité permet à *TOP Réseau* d'offrir une alternative réelle aux clients, un service acceptable valable et valorisé, et qui aura un impact sur la santé, à travers la création de la demande et du renforcement du pouvoir des clients.

3.1 UNE VISION DE QUALITE

- Qu'est que la qualité ? En général il n'y a pas une définition ou une mesure de la qualité. Plutôt la qualité doit être considérée comme un ensemble de valeurs ou d'éléments essentiels, qui à leur tour varient en fonction du contexte des groupes-cibles considérés, ou des produits offerts. En soins de santé, ceci signifie offrir une variété de services fiables et efficaces et qui satisfont les besoins et les désirs des clients.
- *TOP Réseau* fonde sa compréhension de la qualité sur les besoins et les perceptions des clients du *TOP Réseau*, principalement les adolescents à revenus faibles.
- « La manière dont les clients sont traités par le système », est une autre manière de définir la qualité. Lorsqu'un système de santé et ses prestataires considèrent le client d'abord, ils offrent, non seulement la qualité technique mais également les aspects tels que le respect, les informations précises et correctes, l'accès et l'équité.
- *TOP Réseau* a rassemblé les valeurs essentielles qu'il croit être importantes à l'offre de service de qualité. Ces éléments sont modelés sur la structure des soins de qualité élaborée par Bruce et Jain en Angleterre au début des années 1990 et qui ont connu des améliorations au fil des ans.
- Les sept éléments de la structuration de la qualité de *TOP Réseau* sont :
 1. L'accès
 2. Les normes
 3. La continuité des soins
 4. L'information et connaissances
 5. Le choix des méthodes (de planification familiale)
 6. L'intimité et la confidentialité
 7. L'acceptabilité et la convenance des services

Image 3-1 : Structuration de la qualité de *TOP Réseau*

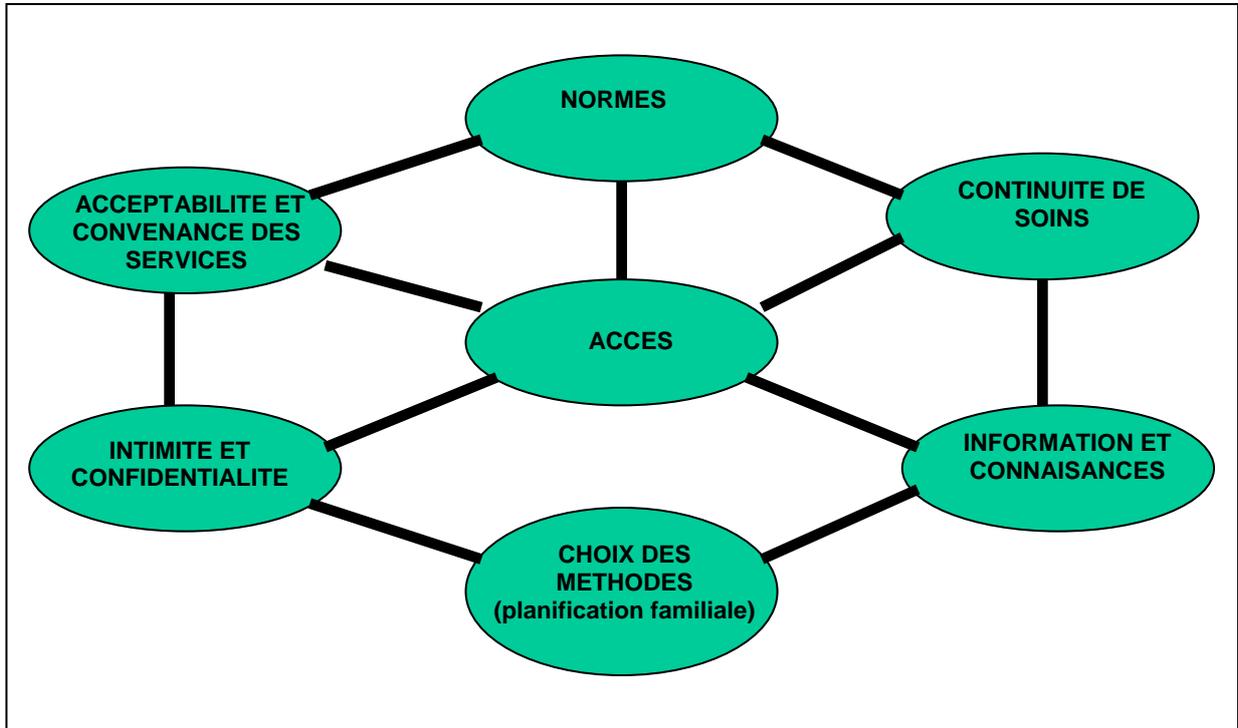


Tableau 3-1 : Définition des éléments de la structuration de la qualité de *TOP Réseau*

Eléments de la qualité	Composantes de la qualité	Résumé des normes
Accès	Financier	Tous les services offerts doivent être abordables pour les clients cibles dont les revenus sont bas ; mais à la fois, les prix doivent être suffisamment acceptables pour motiver les prestataires à promouvoir les services de <i>TOP Réseau</i> .
	Géographique	Les cliniques doivent être situés dans des lieux facilement accessibles mais discrets.
	Culturel	<i>TOP Réseau</i> doit prendre en compte les attitudes en demande des soins de santé locales et s'assurer que les services puissent y répondre à travers des structures appropriées.
	Temporel	Les cliniques <i>TOP Réseau</i> doivent avoir des heures d'ouverture qui conviennent aux clients et doivent essayer de s'assurer que les clients n'attendent pas plus de 20 minutes avant d'être servis.
	Social	Les prestataires de <i>TOP Réseau</i> ne doivent pas apporter des restrictions inutiles sur l'éligibilité d'un client pour un service basé sur l'âge, le sexe, la classe sociale, la religion ou tout autre facteur social.
Normes	Technique	Les prestataires de <i>TOP Réseau</i> doivent avoir les aptitudes techniques, les connaissances et la compétence clinique nécessaires pour offrir un service soigné qui respecte les protocoles approuvés de <i>TOP Réseau</i> .
	Managériale	Les prestataires de <i>TOP Réseau</i> doivent s'engager à conserver les données adéquates des visites des clients, développer et améliorer les procédures pour la gestion des stocks, maintenir les locaux et les équipements adéquats , former et le développer le personnel.
	Sécurité	Les clients et les prestataires de <i>TOP Réseau</i> doivent être en sécurité ; alors les centres doivent s'assurer que les locaux soient sans danger, (tel que les fils électriques exposés). Les procédures adéquates de prévention des infections doivent régulièrement être respectées.
Continuité des soins	Dans les locaux du prestataire <i>TOP Réseau</i>	Les clients doivent être suivis pour s'assurer que leurs besoins soient satisfaits, y compris un réapprovisionnement adéquat, et que les effets secondaires soient bien traités.
	Références appropriés	Les prestataires de <i>TOP Réseau</i> doivent savoir où référer un client pour aussi bien des services de haut niveau lorsque leurs capacités sont limitées, que pour des services courants, (exemple des réapprovisionnements en pilules et préservatifs.)

Éléments de la qualité	Composantes de la qualité	Résumé des normes
Information et connaissances	IEC	Il doit y avoir un échange d'informations appropriées d'une manière simple, complète, concise et non biaisée, en accordant du temps au client pour exprimer ses besoins, ses préoccupations et ses attentes. Le prestataire <i>TOP Réseau</i> utilise ses connaissances et tout autre matériel IEC approprié, incluant les supports de <i>TOP Réseau</i> mis à sa disposition.
Choix des méthodes (planification familiale)	Choix	Les prestataires de <i>TOP Réseau</i> doivent s'assurer que tous les clients ont la plus grande variété de choix de contraception possible en leur présentant toutes les méthodes, y compris celles non offertes dans leurs cliniques et en disposant des provisions adéquates et d'une gamme de méthodes disponibles. Le client doit recevoir la méthode qu'il aura choisie.
Intimité et confidentialité	Intimité	Les prestataires de <i>TOP Réseau</i> doivent respecter l'intimité des clients à tout moment, tant auditive que visuelle. Les examens génitaux doivent être effectués très professionnellement, sans commentaire, dans un délai bref mais efficace et omis si pas nécessaire. Si possible, les examens du corps et surtout les parties génitales doivent être effectués par un prestataire de même sexe que le client et ne doivent pas être suivis par les assistants ou autres personnels. L'intimité et la communication entre eux dans le cadre des conseils (counseling) doivent être assurées.
	Confidentialité	Toutes les données des clients doivent être conservées dans un endroit fermé et en sécurité, et les informations à propos des clients doivent rester confidentielles entre le client et le prestataire <i>TOP Réseau</i> .
Acceptabilité et convenance des services	Interaction prestataire/client	Les prestataires de <i>TOP Réseau</i> doivent établir des rapports amicaux, polis et respectueux, et éviter de porter des jugements sur leurs clients, pour permettre aux clients de prendre une décision juste et bien réfléchie concernant leur santé.
	Locaux	L'insigne de <i>TOP Réseau</i> et le certificat doivent être clairement disposés et bien entretenus par chaque clinique. Les prestataires de <i>TOP Réseau</i> doivent travailler dans un environnement sain, propre, privé, interdit aux fumeurs, disposant d'eau et d'électricité. Une forte attention doit être accordée à la prévention de toutes infections au niveau de la clinique en pratiquant des techniques assurant l'asepsie.
	Produits	Tous les produits doivent être stockés de manière convenable et le réapprovisionnement doit s'effectuer lorsque cela est nécessaire par <i>TOP Réseau</i> .

- Bien que la structuration de la qualité ait été élaborée avec un accent sur les services de santé familiale, la plupart des éléments sont également applicables à l'ensemble de services de santé familiale élargi, tel que le démontre le réseau *TOP Réseau*.
- Ces éléments de qualité sont présentés pendant la formation initiale des prestataires de *TOP Réseau*, et régulièrement renforcés lors des visites de suivi et de formation. Ils constituent aussi le cadre essentiel de toutes les activités de contrôle, et sont inclus dans la convention officielle entre *TOP Réseau* et la clinique *TOP Réseau*, à travers le Manuel de Franchise de *TOP Réseau*.

3. 2 : ATTENTES DES JEUNES SUR LA QUALITE DES CLINIQUES

L'objectif du Réseau *TOP Réseau* est d'établir des relations de santé durables et de qualité avec ses clients. Le client est l'expert pour juger la qualité du service de *TOP Réseau*, et ce qu'il dit des services de *TOP Réseau* doit être pris au sérieux pour entreprendre les actions nécessaires.

Selon les expériences vécues dans l'implantation pilote de *TOP Réseau* à Tamatave, certaines caractéristiques d'une clinique sont nécessaires au minimum pour assurer le confort et la participation des jeunes. **En général les attentes des jeunes vis-à-vis des cliniques et des prestataires sont les suivantes :**

- la clinique respecte l'intimité
- les garçons et les jeunes hommes sont bien accueillis
- la confidentialité est respectée
- les jeunes sont bien accueillis sans tenir compte de la situation de famille (marié ou non)
- le cadre est confortable et qu'ils y sont à l'aise
- les prestataires de service sont attentifs à leurs besoins, et soucieux de les satisfaire.

Vu ces perceptions positives à promouvoir, les caractéristiques minimales des cliniques, les prestataires eux-mêmes, et le système administratif adapté aux jeunes sont les suivants :

Caractéristiques de la clinique de santé

- Les heures d'ouverture sont convenables
- L'emplacement est convenable
- Le milieu est adéquat pour assurer la confidentialité
- Le cadre est confortable, mettant à l'aise le jeune client

Caractéristiques des prestataires et du personnel

- Spécialement formé à servir les jeunes
- Ayant un respect tangible pour les jeunes
- Respectant et soutenant la confidentialité et l'intimité
- Ayant le temps adéquat pour recevoir les clients correctement et pour permettre des échanges convenables avec les clients
- Les jeunes hommes sont aussi bien reçus et bien servis que les jeunes femmes

Caractéristiques du système administratif

- Les informations et contacts nécessaires pour les références efficaces sont disponibles
- Les prix sont abordables
- Une disponibilité d'un large choix de services
- Capable de bien recevoir les clients qui viennent faire une petite visite et arranger le prochain rendez-vous rapidement
- Ayant des matériels d'éducation disponibles dans la clinique et à emporter par les clients.

Tout prestataire *TOP Réseau* est demandé de vivre la promesse de qualité aux jeunes du réseau. Cela est donnée en exemple par la liste venant de Tamatave dans le Tableau 3-2, ci-dessous.

Tableau 3-2 : Promesse de Qualité des Centres *TOP Réseau* (Tamatave)

10 PROMESSES DE QUALITE AUX JEUNES DE 15 A 24 ANS

L'ensemble du personnel de ce centre s'engage à :

1. Vous souhaiter chaleureusement la bienvenue avec respect
2. Vous informer des différents types de services offerts et de leurs coûts respectifs.
3. Vous satisfaire et répondre à vos attentes
4. Vous rassurer de la confidentialité des informations que vous allez nous confier
5. Vous écouter et vous offrir des réponses réconfortantes, précises et claires
6. Vous faire un examen clinique de qualité si nécessaire
7. Vous aider à faire le choix de votre méthode de contraception
8. Vous assurer des suivis réguliers de votre état de santé
9. Vous soulager de vos soucis à travers des produits efficaces et abordables
10. Vous garantir la performance et la qualité de son personnel

CHAPITRE 4 : GESTION DES LOCAUX

4.1 L'EMPLACEMENT STRUCTUREL DE LA CLINIQUE ET L'ASPECT EXTERIEUR

La qualité des soins est directement liée à l'accessibilité. Afin d'assurer l'accès aux services de santé, les prestataires *TOP Réseau* doivent assurer que les soins offerts soient de bonne qualité, abordables, commodes et dans un environnement convenable.

Sujet 1 : emplacement et décor extérieur

L'objectif de *TOP Réseau* est d'offrir des services de santé aux jeunes à faibles revenus là où le réseau se trouve. Les prestataires de *TOP Réseau* doivent :

- Etre situé dans un, ou à proximité de la communauté à faibles revenus qu'ils servent.
- S'assurer que la clinique soit facilement accessible et proche d'une route carrossable.
- Disposer/fixer des panneaux d'identification dans la communauté dirigeant clairement les clients vers la clinique *TOP Réseau*.
- Placer le panneau *TOP Réseau*, le nom de la clinique et celui du prestataire (s'il le désire) dans un endroit bien visible.
- S'assurer que le panneau *TOP Réseau* soit :
 - Bien solide
 - En bon état de propreté, la peinture et le cadre intactes et exemptes de rouille
- Entretenir convenablement l'extérieur de la clinique (il ne doit pas y avoir de courant électrique exposé ou qui pend, un sol mouillé ou un quelconque danger lié au feu) et les escaliers doivent être propres et bien nettoyés.
- Faire connaître les heures d'ouverture de la clinique par une affiche (et la disponibilité du prestataire si les heures sont différentes).
- Si le médecin est absent, il faut en informer les patients et indiquer la date/heure de son retour par un affichage à l'extérieur du centre.

4.2 : SALLE D'ATTENTE/RECEPTION

Les cliniques connues pour la qualité de leurs services attirent et conservent les clients et deviennent compétitives dans l'offre de service

Les prestataires de *TOP Réseau* doivent :

- S'assurer que l'environnement de la salle de réception soit sain, agréable, et accueillant, un endroit où les clients se sentent confortables pendant l'attente.
- Garder la salle d'attente/réception propre. La propreté est particulièrement importante dans le sens qu'elle minimise les chances d'infection, en même temps qu'elle rende les lieux beaux et agréables.
- Disposer d'un banc ou d'assez de chaises lavables (pouvant être désinfectés) pour recevoir au moins quatre clients à la fois.
- Disposer les affiches fournies par *TOP Réseau* et les matériels d'information, d'éducation et de communication dans un lieu où les clients peuvent les lire facilement (et en prendre pour eux mêmes).
- Conserver tous les matériels *TOP Réseau* affichés en bon état.
- Lorsque cela est nécessaire, acquérir un matériel de chauffage ou de rafraîchissement tel un ventilateur.
- Ne pas autoriser les clients ou le personnel de fumer ou de cracher dans aucun endroit de la clinique.
- Afficher une liste de tous les frais à payer pour les produits et services *TOP Réseau* dans la salle de réception pour encourager la transparence de la politique des prix auprès des clients.

4.3 : LA SALLE DE CONSULTATION

Les soins de qualité attirent, satisfont et conservent les clients en leur offrant des services, des approvisionnements, des informations et les supports psychologiques nécessaires pour satisfaire leurs besoins en matière de santé de la reproduction.

Les prestataires de *TOP Réseau* doivent :

- Garder la salle de consultation propre, soignée et bien rangée, y compris les murs, sol et le plafond, et tous les équipements, lit d'examen, chariot etc...
- S'assurer que le Manuel de Franchise de *TOP Réseau* soit facilement disponible pour référence.
- S'assurer qu'il y a suffisamment d'espace pour qu'au moins deux clients puissent s'asseoir confortablement avec le prestataire.
- Disposer d'une table d'examen dans la salle bien nettoyée prête pour chaque usage.
- S'assurer que la salle de consultation et d'examen soit isolée de la réception. Il doit en principe avoir une porte entre les clients en attente et celui qui en train de recevoir les soins. S'il n'est pas possible d'avoir une porte, il doit y avoir un rideau propre.
- Un rideau peut être utilisé dans la salle de consultation pour plus d'intimité lorsque le client est examiné sur la table d'examen.
- Assurer qu'il y ait clairement mis en place un système de confidentialité, d'information pour les clients . Cela veut généralement dire qu'il y a un grand tiroir ou armoire qui peut se fermer à clé et que l'acte de retirer et de remettre les dossiers des clients de cet endroit sûr est visible (démontré au client) pendant la consultation et.
- Assurer que l'eau du robinet, l'électricité et les toilettes doivent être disponibles.
- Garder tous les instruments et les stocks en sécurité. Les paquets d'instruments stérilisés doivent être disponibles en permanence et posés à côté de la table d'examen.
- Assurer qu'il y a une bonne source de lumière dans la salle de consultation ajustable lors de l'examen physique, si celui-ci est effectué par le prestataire.
- Assurer que les équipements pour la prévention des infections nosocomiales sont posés près de la table d'examen.
- Assurer que les poubelles pour disposer des déchets mouillés, tels que les tampons, etc, sont posées au bout inférieur de la table d'examen.
- En résumé, une clinique *TOP Réseau* doit disposer au minimum des équipements suivants, le tout étant propre et bien entretenu :

Tableau 4-1 Infrastructure minimum de base pour une clinique *TOP Réseau*

- ▶ un bureau et chaise(s)
- ▶ une armoire ou grand tiroir pouvant être fermé à clé
- ▶ tensiomètre et stéthoscope, thermomètre, pèse-personne
- ▶ boîte d'examen vaginal (boîte inox, deux spéculums, sonde urinaire, 2 pinces)
- ▶ table d'examen ; ordonnancier
- ▶ un évier (facultatif), de l'eau courante, du savon et des serviettes
- ▶ les consommables médicaux (coton, compresses, seringues à jeter, aiguilles, gants etc)
- ▶ nécessaires pour la prévention des infections (pissette avec de l'alcool etc)
- ▶ poubelle pour objets tranchants, pour le rebut des déchets contaminés

4.4 : PREVENTION DES INFECTIONS NOSOCOMIALES

La prévention des infections doit être pratiquée pour minimiser les risques aux clients, aux prestataires et à la communauté entière ;

Principes de la Prévention des Infections³

Les pratiques de la prévention des infections (PI) recommandées aux prestataires de *TOP Réseau* se fondent sur l'assurance des principes suivants :

- Partir du principe que chaque personne (client ou personnel) est infectieuse.
- Se laver les mains--la procédure la plus pratique pour prévenir la contamination croisée
- Porter des gants avant de toucher tout ce qui est humide--peau lésée, muqueuses, sang ou autre liquide organique (sécrétions ou excréctions)--ou instruments sales et autres articles.
- Préparer la peau du client avant injection et autres interventions nécessitant une pénétration de la peau.
- Utiliser des barrières physiques (lunettes protectrices, masques pour visage et tabliers) si l'on craint que tout liquide organique n'éclabousse ou ne se renverse (sécrétions ou excréctions).
- Utiliser des pratiques de travail sûres, par exemple, ne pas remettre l'embout d'une seringue et ne pas tordre les aiguilles, se passer les instruments pointus en faisant très attention et jeter les déchets médicaux avec les mesures de précaution qui s'imposent.
- Traiter les instruments et autres articles (décontaminer, nettoyer, et stériliser ou désinfecter à haut niveau) en utilisant les pratiques de PI recommandées.
- Pratiquer la conservation aseptique des objets, incluant le retrait de médicament convenablement des fioles
- Prendre des dispositions nécessaires pour les déchets. Si possible, construire un incinérateur en brique dans le camp de votre clinique pour permettre de brûler les déchets complètement. N'utiliser jamais des fosses à ordures ouvertes.

Tout personnel en service dans une clinique *TOP Réseau* doit être conscient , de la pratique de la prévention des infections. Certaines actions sont impératives pour assurer l'hygiène dans le travail du prestataire *TOP Réseau*....Ils sont listés en Annexe 8.

³ Cette section du Manuel est basée sur les procédures recommandées par Johns Hopkins University à Baltimore, USA.

CHAPITRE 5 : LA BONNE PRISE EN CHARGE DES CLIENTS

5.1 : L'ACCUEIL

L'accueil est généralement le travail du réceptionniste. Cette responsabilité est assumée par un médecin ou autre personnel médical ou paramédical dans les cliniques plus petites. La qualité de l'accueil est très importante et peut déterminer si le client arrive pour la consultation actuelle et/ou pour le prochain rendez-vous.

Responsabilités du Réceptionniste devant les jeunes :

- bien recevoir le client en disant « bonjour » et « bienvenu »
- S'assurer que les clients sont reçus au plus tard 15 minutes après leur arrivée – (NB : si un client ne peut pas attendre, le réceptionniste doit arranger un rendez-vous pour lui. Ce premier doit assurer que le jour du rendez-vous, il ou elle doit être reçu immédiatement sans attendre)
- déterminer les critères d'éligibilité pour les services *TOP Réseau* (age 15-24)
- fournir des matériels IEC aux clients
- assurer la présence de musique, de film vidéo, et/ou de matériels IEC dans la salle d'attente
- expliquer le réseau et les procédures
- expliquer au client ce qui va se passer durant leur visite
- expliquer la procédure incluant la **participation financière**
- donner le choix entre prendre un rendez-vous pour être reçu un autre jour si le prestataire peut mettre plus de 15 minutes avant de le recevoir

N.B. : Un client se présentant avec un coupon gratuit doit être traité de la même manière

Un accueil efficace ne s'arrête pas avec le réceptionniste mais continue au niveau du prestataire de services aussi, comme suit :

Responsabilités du prestataire devant les jeunes :

- Mettre le client en confiance
- redire « bonjour »
- se présenter au client en annonçant juste le prénom (pour éviter la hiérarchie)
- adopter les attitudes d'un prestataire « Ami des Jeunes » cf. *encadré 1 prestataire Ami des Jeunes*
- souligner la confidentialité : assurer le client que toutes les informations (nom, objet de sa visite, prescription...) resteront « secrètes » et uniquement entre le client et vous, le prestataire. C'est très rassurant pour le client si un endroit fermé à clé est montré comme l'endroit où toute information confidentielle relative à son cas sera gardée, avec l'accès unique du prestataire.
- s'assurer que le client est totalement à l'aise pour parler de ces problèmes avant d'entamer l'étape suivante cf. *encadré 2 techniques de l'écoute attentive*

ENCADRE 1 : Pour être « AMI DES JEUNES » le prestataire doit :

- faire preuve d'empathie,
- être éloquent et communicatif
- s'adapter à de nombreuses situations différentes et à de nombreux genres de personnes différentes
- utiliser le langage des jeunes
- savoir écouter c'est à dire prêter beaucoup d'attention à ce que les jeunes disent
- être capable de mettre les jeunes à l'aise et à s'ouvrir naturellement
- avoir l'esprit ouvert, souple, « l'esprit jeune »
- se montrer dignes de confiance et crédibles vis-à-vis des jeunes

ENCADRE 2 : LES TECHNIQUES DE L'ECOUTE ATTENTIVE

A- Communication Verbale

La communication verbale est la plus directe. Il y a certaines techniques que vous pouvez employer pour établir un environnement confortable et pour encourager l'ouverture de votre client. Certaines de ces techniques sont listées ci dessous.

- Répéter -- consiste à renvoyer à l'interlocuteur l'image de son propre discours d'une façon exacte sans rien y ajouter
- Répondre ou résumer des sentiments
- Clarifier ou interpréter d'une façon non technique
- Inciter le client à parler et le questionner respectueusement sur les aspects médicaux et psychosociaux de leur cas
- Se taire pour pouvoir donner au client le temps et la liberté de répondre
- Rester neutre -- n'apportez pas des jugements sur ce que votre client vous dit ou a fait
- Souligner certains points ou discordances

B- Communication non verbale

La communication non verbale est aussi importante que la communication verbale. D'abord, même la façon que vous vous tenez devant votre client est très important. Soyez confiant, mais pas imposant. Voici une liste de techniques de communication non verbales qui aide à mettre votre client à l'aise :

- Saluer d'abord votre client par la main.
- Sourire fréquemment et garder le contact visuel le plus que possible.
- Démontrer votre attention avec des gestes de confirmation (par exemple en émettant un « unh, unh ! » souvent.
- Restez détendue -- hochez la tête et inclinez vous en écoutant et parlant
- Soyez expressif et indiquez avec les mains le plus que possible vos explications et conseils

5.2 : L'ECHANGE D'INFORMATION : UNE BONNE COMMUNICATION

Une bonne communication entre prestataire et client est essentielle pour assurer une suite efficace. Le fait de donner des informations correctes et complètes durant le conseil approfondi (counseling) peut avoir des résultats bénéfiques pour l'ensemble de client et de prestataire décrit comme suit:

- Moins d'échecs : aide le client à comprendre l'utilisation de la méthode ou du médicament et réduit ainsi le nombre d'échecs.
- Des taux de fidélisation et de suivi plus élevés : Si un client est conscient des effets secondaires d'une méthode spécifique ou des médicaments prescrits et que ceux-ci lui ont été expliqués, ils sont moins susceptibles de cesser d'utiliser cette méthode et d'assurer l'observance du traitement malgré ces effets secondaires.
- Moins de temps consacré aux effets secondaires : Le prestataire doit donner des informations complètes aux clients lors de la visite initiale, de telle sorte que lorsque des effets secondaires apparaissent plus tard, le patient comprendra et risquera moins d'abandonner le traitement.
- Confiance et respect entre le client et le prestataire : En recevant un tel service de son prestataire, une relation de confiance et de respect s'établit entre le client et son prestataire.
- Comprendre : Les clients préfèrent les prestataires qui font un effort pour écouter et comprendre leur situation et besoins particuliers.
- Informations complètes : Les clients s'inquiètent à ce que les prestataires ne pourraient pas leur donner tous les détails et veulent que les prestataires leur donnent toutes les informations, tant négatives que positives. Utilisez tous les supports que PSI vous a donnés, incluant les affiches et les cartes conseils.

5.3 : LE CHOIX DE METHODES DE PLANIFICATION FAMILIALE ET SERVICES

Donner au client le droit de choisir la méthode signifie accorder la confiance à l'individu. Le client se sent plus à l'aise dans l'utilisation de la méthode pour laquelle il a reçu des informations claires, exactes et spécifiques et qui est adaptée à ses besoins. Ceci peut à son tour encourager l'utilisation continue de la contraception et favoriser les visites subséquentes du client

Respecter les droits du client :

- ▶ d'être entièrement impliqué dans les décisions pour leurs soins
- ▶ de décliner un service
- ▶ d'avoir une opinion contraire

Pour promouvoir un environnement de plein choix, le prestataire *TOP Réseau* doit

- S'assurer que le client comprend la nature et les implications du service qu'il requiert de manière à faire un choix avisé. Il doit y avoir un échange d'informations appropriées entre le prestataire et le client pour permettre au client de faire son choix.
- Respecter le choix du client de pratiquer la planification familiale ou non, et quelle méthode utiliser. Cela doit être absolument volontaire et libre.
- Permettre au client de choisir la méthode ne signifie pas que le prestataire n'apporte pas son aide, mais il doit toujours vérifier si la méthode choisie est médicalement recommandable pour le client.
- S'assurer que le client reçoit la méthode choisie. S'il n'est pas possible de donner au client le produit ou le service choisi, référer le client à une autre clinique plus appropriée et de bonne qualité.
- Ne pas imposer de restrictions inutiles sur l'éligibilité du client pour une méthode particulière, basées sur l'âge, le sexe, la classe sociale ou tout autre facteur social.
- Donner toutes les informations disponibles lorsque vous donnez des informations à propos des services autres que la planification familiale, pour permettre au client de faire un choix volontaire et libre concernant l'utilisation de ces services. Donner des conseils, mais toujours laisser au client le choix pour permettre de maintenir son droit de choisir.

5.4 : LES RELATIONS INTERPERSONNELLES

Tous les clients qui viennent chez un prestataire *TOP Réseau* doivent se sentir à l'aise lorsqu'ils arrivent dans une clinique et doivent être capables de parler ouvertement et avec confiance de leurs besoins et problèmes.

Les clients interprètent la courtoisie, la confidentialité et l'intimité comme des signes qui leur montrent que les prestataires les traitent comme des égaux et avec respect.

Les clients veulent que les prestataires traitent tout le monde de la même manière et n'offrent pas de traitement préférentiel aux amis, relations, clients de classe supérieure ou aux riches.

En développant de bonnes aptitudes en relations interpersonnelles, le prestataire doit se rappeler que la communication est aussi verbale que non verbale (actions, expression, etc.). Pour assurer ces bonnes relations, le prestataire *TOP Réseau* doit :

- Travailler en comprenant que ceux qui recherchent la planification familiale sont des personnes en bonne santé qui requièrent des services de soins préventifs et doivent être traités comme des clients et non comme des patients.
- Traiter le client de manière respectueuse et amicale.
- Traiter chaque client de manière égale, sans tenir compte de son sexe, race, religion, couleur et statut socio-économique.
- Être conscient de la manière dont les croyances personnelles pourraient affecter les soins offerts au client et ne pas imposer les croyances personnelles.
- Être poli et ne pas avoir une approche de jugement vis-à-vis du client.
- Parler et traiter le client dans une intimité auditive et visuelle...regardez le client quand vous communiquez avec lui.
- Démontrer une attitude acceptable et bienveillante.
- Maintenir un langage simple et compréhensible.
- S'assurer que tout le personnel de la clinique soit poli et amical vis-à-vis des clients, et non seulement le prestataire.
- S'assurer que les clients n'attendent pas pendant plus de 15 minutes.
- Accorder au moins 10 minutes pour chaque consultation.

5.5 : LA CONTINUITE DES SOINS

Une consultation chez un prestataire *TOP Réseau* ne doit pas être considérée comme un acte isolé, mais comme faisant partie d'une suite qui évolue avec les besoins, les idées, les préoccupations et les attentes du client.

Un suivi correct et continu est essentiel pour s'assurer que les clients sont satisfaits du service, et contrôler les complications possibles et gérer les effets secondaires non désirés.

Manquer de résoudre ces problèmes affectera l'image de la qualité et de la valeur du réseau *TOP Réseau* et pourrait décourager les clients potentiels qui recherchent les conseils d'un prestataire *TOP Réseau*.

Les prestataires *TOP Réseau* doivent offrir les services *TOP Réseau* pendant les heures normales de services à la clinique et les heures de service affichées doivent être respectées. Pour pouvoir assurer que le jeunes puissent venir à la clinique, les prestataires *TOP Réseau* sont encouragés à adopter des heures convenables à cette population, comme durant le samedi ou un peu tard dans l'après-midi surtout le mercredi (ex. après la sortie de l'école). Afin d'assurer une continuité de soins, le prestataire *TOP Réseau* doit :

- Informer le client de la date du rendez-vous. Le client doit être encouragé à revenir aussitôt que des problèmes surgissent dont il aimerait discuter tandis que les visites inutiles doivent être évitées.
- Conserver les données du client, leurs noms et adresse et le produit ou service qui lui a été offert (voir chapitre 7 pour plus d'information sur la conservation des données).
- Ne pas envoyer le client pour des investigations inutiles, par exemple l'échographie ou autres analyses de sang, à moins que le résultat ne puisse changer la façon de gérer le client.
- Être conscient de la nature et de la fiabilité des investigations demandées et comprendre les résultats.
- Emettre des jugements clairs sur les clients qui ont besoin d'être référés et choisir les prestataires (non *TOP Réseau* ou *TOP Réseau* tel qu'il convient) qui sont capables de satisfaire les autres besoins des clients. Un bon réseau de référence efficace aide aussi le prestataire *TOP Réseau* à augmenter sa clientèle.

CHAPITRE 6 : LES SERVICES *TOP RESEAU*

6.1 : LES SERVICES FAMILIAUX – UN ENVIRONNEMENT DES SOINS COMPLETS

Pour des raisons de qualité, de confort du client, et surtout de confidentialité, les prestataires *TOP Réseau* qui offrent une gamme de services de santé pour toute la famille sont généralement les plus efficaces dans la prestation des services SRA. Cela est dû à leur réputation et dû au fait qu'on ne peut pas du tout savoir la raison pour laquelle un client se trouve à leur clinique/bureau. Donc en plus d'une plus grande gamme d'expertise offerte, il y a aussi plus de confidentialité.

Souvent les clients préfèrent des cliniques où les prestataires sont qualifiés à donner une large gamme de services de santé pour toute la famille, cette capacité

- incite la confiance,
- rend moins apparente la raison précise pour laquelle le client se trouve chez le médecin et/ou à la clinique, protégeant effectivement la confidentialité du client.

Les prestataires *TOP Réseau* sont encouragés de :

- Offrir une gamme de services de santé le plus large que possible.
- Participer aux formations offertes par PSI et *TOP Réseau* et toute opportunité pour augmenter les services que vous pouvez offrir. *TOP Réseau* est engagé à aider ces membres franchisés à élargir la gamme de services dont ils sont qualifiés à offrir et ensuite offrir un accès à plus de services aux clients.
- Se renseigner auprès de *TOP Réseau* et PSI afin de connaître toute la gamme de formations et services de soutien disponible.
- Se familiariser avec toutes les marques et les produits et services disponible de PSI
- Donner des références et renseignements efficaces --Peut être que vous ne serez pas en mesure d'intégrer et offrir toutes les services et produits possibles, et étant membre de *TOP Réseau* et bien renseigné dans votre communauté vous serez plus apte à offrir à vos clients des renseignements et références effectives pour les services que vous n'offrez pas.
- Considérer les facteurs psychosociales aussi bien physiques/cliniques quand vous servez/gérez votre client.
- Prescrire seulement les médicaments ou traitements nécessaires pour subvenir aux besoins du client. Prenez en considération le coût de toute prescription pour ne pas exiger quelque chose trop cher et hors de la portée de votre client.
- Etre au courant de toutes les pratiques médicales et de la déontologie même de votre métier, ainsi que les lois qui gouvernent la pratique de ce métier.

- Offrir à vos clients l'opportunité de prendre des décisions et arriver à des choix informés de toute méthode et traitement disponibles incluant les méthodes modernes et les méthodes naturelles.
- Etre prêt à expliquer comment évaluer l'efficacité de chaque méthode de planification familiale. Par exemple, si la recherche courante démontre que les condoms sont efficaces à 90%, il faut être capable d'expliquer à votre client que cela veut dire que 10 femmes sur 100 ou 1 femme sur 10 deviendra enceinte après avoir utilisé les condoms durant seulement une année.

6.2 LES CONSEILS DES JEUNES

Le service le plus important offert par un prestataire *TOP Réseau* est le conseil qu'il apporte aux jeunes. De plus c'est la qualité du conseil plus que toute autre prestation qui déterminera si le client reviendra pour des nouveaux problèmes de santé ou pour une visite de suivi. Un bon conseil aide le jeune à comprendre les choix possibles pour résoudre ses problèmes. Les prestataires de *TOP Réseau* sont demandés de suivre les six principes d'une bonne séance de conseils à chaque consultation avec un client jeune, comme suit :

Les six principes d'une bonne séance de conseils :

1. Bien traiter tous les clients : tous les clients méritent le respect, quel que soit leur âge ou leur genre
2. Assurer l'interaction : chaque client est une personne différente. Poser des questions, écouter, et répondre aux besoins, soucis et situation qui sont propres à chaque client
3. Donner des informations appropriées : suffisamment pour que le client puisse faire des choix informés mais pas trop au point où le client ne sache plus que faire
4. Donner des informations sur mesure et d'une façon personnalisée : donner aux clients les informations particulières dont ils ont besoin et qu'ils souhaitent avoir; et les aider à connaître leurs significations
5. A moins qu'une raison médicale ne l'interdise, fournir la méthode de planification familiale que veut le client
6. Aider les clients à se rappeler les instructions sur l'utilisation de la méthode choisie.

Pour être plus sûr d'être respecté et écouté par les jeunes, un prestataire efficace doit présenter des renseignements pertinents et personnalisés (selon la personnalité ou l'attitude du jeune) pour que le jeune puisse décider lui-même de son choix et il faut éviter de prendre une décision au nom du jeune. Voici quelques suggestions sur comment conseiller les jeunes :

Comment conseiller les jeunes :

1. Être ouvert : faire savoir au jeune qu'aucune question n'est interdite et qu'on peut même parler des choses gênantes
2. Être souple : parler de tout ce dont le jeune veut s'entretenir.
3. **Donner des réponses simples et directes** : en se servant de mots ordinaires. Apprendre à parler sans complexe de la sexualité.
4. Se montrer digne de confiance : l'honnêteté est essentielle quand on a affaire à des jeunes clients. Vous – et les informations que vous donnez – devez être crédibles. Si vous ne connaissez pas la réponse, dites-le. Puis trouvez-la
5. Souligner la confidentialité : indiquer clairement que vous ne parlerez à personne de la visite du client, de ce que vous avez dit et des décisions du client
6. Rester neutre : ne vous mettez pas en colère et ne vous excitez pas, restez calme
7. Manifester du respect, comme vous le faites avec les autres clients
8. Être compréhensif : se rappeler sa jeunesse, éviter de porter des jugements
9. Être patient : les jeunes peuvent avoir besoin de temps pour s'exprimer ou prendre une décision. Parfois, plusieurs rencontres sont nécessaires.

Selon les besoins du jeune client, procédez aux activités de counseling proprement dites :

- Utiliser la communication interactive
- Encourager les clients à poser des questions

- Ecouter attentivement de manière «réflective»
- Etre au courant des rumeurs incorrectes courantes à propos de la sexualité, des préservatifs et pouvoir les corriger sans jugement
- Utiliser les «aides visuelles» d'IEC fournis par le projet, incluant les dépliants et les boites à images
- Mettre en place les affiches murales
- Utiliser les modèles anatomiques (pénis en bois) durant les explications

6.3 : ETABLISSEMENT D'UN PROFIL DE RISQUE GENERAL D'IST:

La visite d'un jeune client dans les services *TOP Réseau* est une opportunité de prévention de maladie à ne jamais perdre, surtout dans le cadre de la lutte contre les IST. Le fait qu'il se rend chez vous pour les services PF, démontre qu'il y a une forte chance qu'il est sexuellement actif et a un certain risque de contracter une IST.

Même si le client est venu vous voir uniquement pour des conseils en planification familiale, il est très important de l'aider d'abord à décider s'il a besoin d'une protection continue contre les IST. Pour y arriver, évaluer systématiquement le « Profil de Risque » de chaque jeune qui vient dans le clinique comme suit :

1. Assurer la confidentialité de la consultation
2. Laisser le client expliquer la raison de sa visite
3. Demander l'âge du client
4. Evaluer le profil de risque :

Un patient a un profil de risque Général d'IST si :

Profil 1 : Il/Elle présente des signes d'*IST*

Profil 2 : Il/Elle a **plus d'un partenaire sexuel** dans les 3 derniers mois.

Profil 3 : Il/Elle a un **nouveau partenaire sexuel** dans les 3 derniers mois

Profil 0 (pas de risque) : aucun signe d'IST, pas de nouveau partenaire sexuel, mutuellement monogame

Dans le cas où le client est de profil 1 : utiliser la « boîte à images IST » du début jusqu'à la fin. *Ne parler plus d'autres méthodes de PF que le condom à ce stade, sauf si le client demande d'autres informations.* Il est très important de promouvoir la méthode de PF la plus adapté à chaque client. Dans le cas des clients de profil 1, en promouvant le condom vous aidez votre client à éviter les grossesses non désirées et aussi à prévenir la transmission et acquisition des IST.

Dans le cas où le client est de profil 2, 3 utiliser la section «R : renseignements» de la «boîte à images PF» pour :

- bien exposer et expliquer les options de contraception
- conseils sur l'utilisation du préservatif en tant que méthode de protection contre les IST/VIH ainsi qu'une méthode efficace de contraception
- discuter sur les risques d'infection des IST/VIH/SIDA, c'est une occasion importante de transmettre des messages de prévention !

Dans le cas où le client est de profil 0, utiliser la section «R : renseignements» de la «boîte à images PF» pour :

- présenter et expliquer toute méthode de contraception
- bien expliquer que le choix de condom en plus de ou au lieu d'autres méthodes aide aussi à réduire le risque de transmission des IST/VIH/SIDA.

*Il est très important de noter, que cet exercice d'établissement de profil de risque est lié à la détermination de la méthode la plus adaptée de PF ; a ne pas confondre avec l'établissement de profil de risque IST décrit dans la procédure de diagnostic des IST (Voir boîte à images IST de **TOP Réseau**).*

6.4 : PRESTATION DES SERVICES DE PLANIFICATION FAMILIALE

Les services de planification familiale sont le cœur du paquet offert par le *TOP Réseau*. Pour la prestation des services de planification familiale, chaque prestataire de *TOP Réseau* doit suivre les étapes ou «phases» de l'approche BERGER, comme suit :

Phase	Contenu/actions suggérées
B ienvenue	<ul style="list-style-type: none"> ■ Se Présenter ■ Sourire fréquemment ■ Montrer le Respect ■ Etre Disponible ■ Montrer le Dynamisme ■ Utilisation d'une Salle confidentielle
E ntretien	<ul style="list-style-type: none"> ■ Solliciter la raison de la visite (contraception, grossesse, IST, autres...) ■ Développer un profil de risque ■ Remplir la fiche SIG (voir chapitre 9) ■ Diagnostiquer le niveau de changement de comportement ■ Utiliser la technique de valorisation de l'estime de soi
R enseignement	<ul style="list-style-type: none"> ■ Utiliser une écoute réflexive ■ Regarder et communiquer toutes les alternatives ■ Donner les informations nécessaires ■ Faire passer les messages clés (selon la raison de la visite)
C hoix	<ul style="list-style-type: none"> ■ Faciliter une prise de décision informée (utilisation Préservatifs, autres produits contraceptifs...)
E xplication	<ul style="list-style-type: none"> ■ Démonstration sur l'utilisation du préservatif ■ Explication approfondie sur le contraceptif choisi ■ Evaluer le niveau de compréhension du client en demandant le client de répéter les messages clés ■ Répéter les messages si la compréhension est basse et utiliser d'autres moyens d'explication ces messages mal compris.
R etour	<ul style="list-style-type: none"> ■ Doter et expliquer le Kit de prévention pour les clients de profil 1,2, ou 3 ■ Fournir l'information nécessaire pour toutes références ■ Fournir une invitation pour la date de suivi de traitement ■ Inviter à partager aux autres jeunes l'existence de la clinique

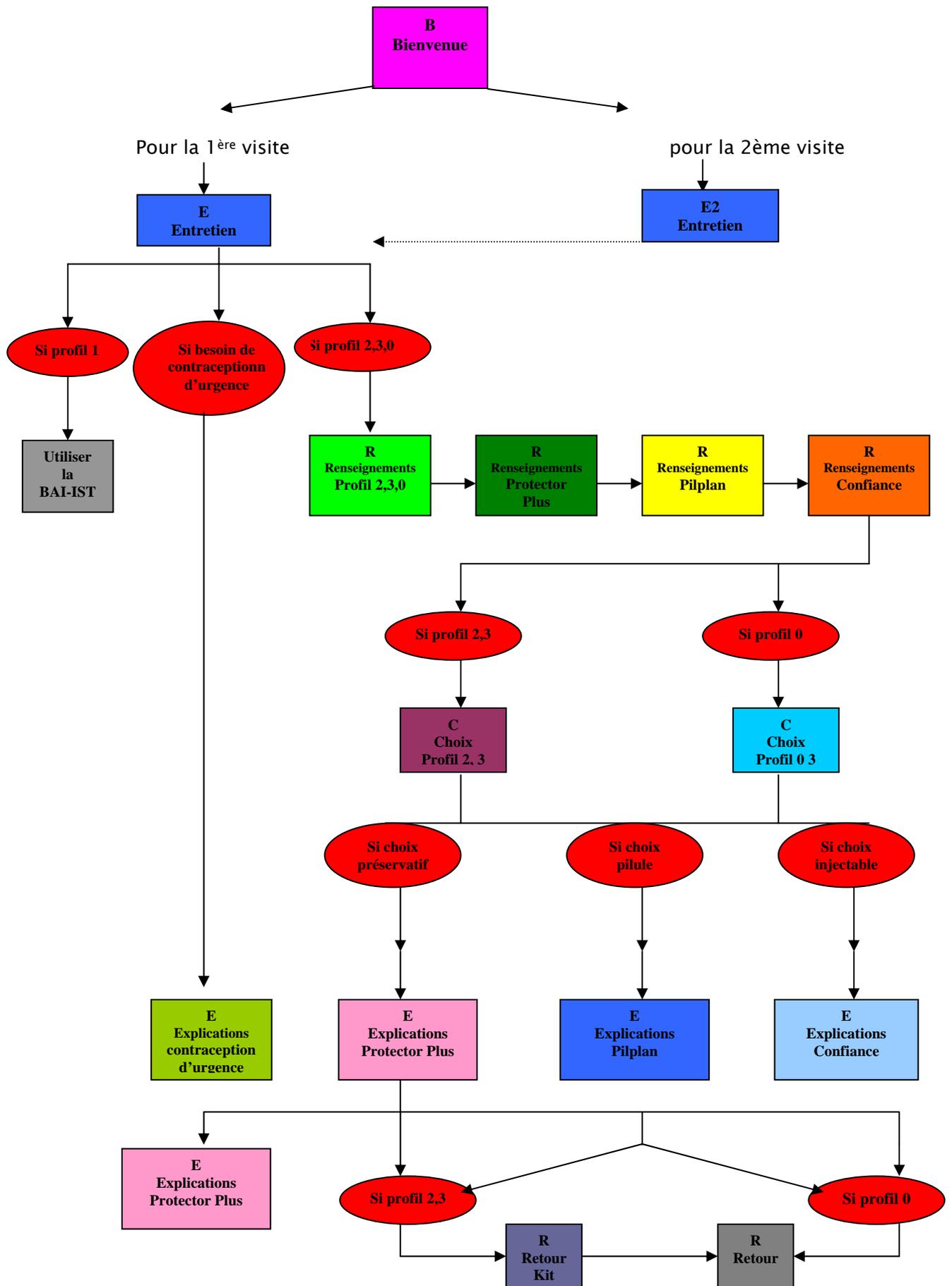
Pour toutes explications sur le PF, utilisez autant que possible la boîte à images PF de *TOP Réseau*.

QUELQUES CONSEILS POUR L'UTILISATION DE LA BOITE A IMAGES

- Installez-vous là où la cliente peut voir la boîte à image
- Indiquez les illustrations et non les textes lorsque vous parlez
- Gardez un contact visuel fréquent avec votre cliente
- Faites participer votre cliente. Posez des questions et encouragez la discussion
- Utilisez le texte comme guide, et ajoutez des éléments d'information si nécessaire
- Parlez clairement et utilisez des mots et un langage que la cliente peut facilement comprendre

Pour être le plus efficace possible en utilisant la boîte à images PF du *TOP Réseau*, suivez le schéma sur la page suivante. Cela vous permettra de maîtriser pour chaque client quelle partie de la boîte à images à utiliser et en quelle séquence. Noter spécialement la possibilité de **commencer les contraceptives orales immédiatement** dans le cabinet même, après avoir vérifié que la femme cliente n'est pas enceinte. Pour plus de détail sur ce sujet et la méthodologie à suivre, (voir la section 6.4.4 et la boîte à images de PF du *TOP Réseau*.)

Figure 6-1 : Etapes à suivre lors de l'utilisation de la boîte à image PF



Comme décrit dans le schéma et dans la boîte à images PF, certains produits de PSI sont à promouvoir dans vos séances de conseils sur la PF, tout en étant conscient du fait que le client a toujours le CHOIX entre les différentes méthodes de PF, mais non pas l'adoption d'une méthode que le client n'est pas convaincu. Les produits de PF de PSI sont principalement Protector Plus, Pilplan, et Confiance.

6.4.1. Protector Plus : préservatif

Protector Plus est un condom standard lubrifié qui est sur le marché à Madagascar depuis 2001. Il est d'excellente qualité et est vendu à un prix extrêmement abordable (100 Ariary par paquet de 3 condoms) par rapport à d'autres marques.

6.4.2 Pilplan : pilule

Pilplan est un contraceptif oral (CO) abordable (200 Ariary par mois) pour les femmes. Il est pris quotidiennement. Il se présente sous forme d'un blister contenant 21 comprimés blancs de **Contraceptifs oraux combinés** : contenant deux hormones (lévonorgestrel à 0,3mg progestatif de synthèse et l'éthinyl oestradiol à 0,03 mg à base d'œstrogène), **minidosés** (le taux d'œstrogène est inférieur à 0,05 mg) et **monophasique** (des comprimés ayant un taux d'hormones identiques). 7 comprimés de fumarate ferreux sont inclus pour couvrir la période des règles et prévenir l'anémie.

6.4.3 Confiance : injectable

Confiance est un contraceptif abordable (400 Ariary/trimestre) injectable pour les femmes. Il doit être administré par un prestataire de services de santé qualifié sur une fréquence trimestrielle. Il se présente sous forme d'un flacon contenant 1ml d'une solution aqueuse de médroxyprogésterone acétate dosée à 150 mg (**Progestatif pur**). Il est livré avec une seringue et une aiguille jetables munies d'un système d'auto blocage après utilisation.

6.4.4 La Méthode « QUICK START »

Traditionnellement, on fait coïncider le début de la prise des contraceptives orales (CO) avec le début des règles, en partie pour être sûr que la femme n'est pas enceinte quand elle commence à prendre la pilule. L'inconvénient est que le **risque d'abandon** précoce est accru, par exemple si la femme se trouve moins motivée, qu'elle ne sait plus très bien quand elle est censée commencer à prendre la pilule ou qu'elle tombe enceinte en attendant d'avoir ses règles. De ce fait, le quart des femmes qui attendent de commencer la CO pourraient même ne jamais prendre une seule pilule

Une alternative possible est de recommander la première prise des CO selon la méthode « Quick Start » (ou « Début Immédiat ») qui consiste à conseiller à la cliente de commencer la première pilule dans le cabinet même du médecin, **si on peut déterminer qu'elle n'est pas enceinte**. Cette méthode a l'avantage de garantir l'acceptabilité et l'utilisation effective du CO en gagnant du temps au lieu d'avoir à attendre la prochaine menstruation.

La recherche suggère que cette méthode d'initiation d'une contraception orale peut améliorer significativement la continuation ultérieure de la prise de la pilule. Pour « Quick Start » suivez ces étapes :

■ Posez les questions suivantes à la cliente :

1.	Vous êtes-vous abstenue de rapports sexuels depuis vos dernières règles ?	
2.	Avez-vous eu un enfant dans les 4 dernières semaines ?	
3.	Vos dernières règles ont-elles commencé dans les 7 derniers jours ?	
4.	Avez-vous fait une fausse couche ou eu un avortement dans les 7 derniers jours ?	
5.	Utilisez-vous, de façon correcte et systématique, une méthode contraceptive fiable ?	

- Si la cliente répond OUI à au moins une de ces questions, cela veut dire qu'elle ne présente aucun signe de grossesse, et vous pouvez fournir la méthode de contraception qu'elle désire.
- Si la cliente répond NON à toutes les questions, on ne peut pas écarter la possibilité d'une grossesse, et la cliente doit attendre ses règles ou passer un test de grossesse avant de commencer les contraceptifs oraux.

6.5 : LA PRISE EN CHARGE DES INFECTIONS SEXUELLEMENT TRANSMISSIBLES (IST)

L'autre service principal de *TOP Réseau* est le service de diagnostic et de prise en charge des IST des jeunes. Ce service est fait à travers l'approche syndromique. Pour la prise en charge des IST, suivez l'approche BETA qui prend en moyenne 15 minutes de temps :

Etapes	Actions
B ienvenue	<ul style="list-style-type: none"> ■ Se Présenter ■ Sourire fréquemment ■ Montrer le Respect ■ Etre Disponible ■ Montrer le Dynamisme ■ Utiliser une Salle confidentielle
E ntretien	<ul style="list-style-type: none"> ■ Solliciter la raison de la visite (contraception, grossesse, IST, autres...) ■ Développer un profil de risque ■ Remplir la fiche de données (SIG) ■ Diagnostiquer le niveau de changement de comportement ■ Utiliser la technique de valorisation de l'estime de soi qui est incluse dans la formation initiale <i>TOP Réseau</i>
T raitement	<ul style="list-style-type: none"> ■ Assurer une prise en charge COMPLETE de(s) IST(s) ■ Effectuer un diagnostic et un traitement ■ Eduquer sur l'importance de l'adhésion au traitement ■ Communiquer des messages de prévention ■ Notifier le partenaire ■ Promouvoir les préservatifs ■ Démontrer l'utilisation du préservatif ■ Evaluer la rétention d'information en demandant le client de répéter les messages clés
A dhésion	<ul style="list-style-type: none"> ■ Doter et expliquer le Kit de prévention codé ■ Fournir avec l'information nécessaire pour toutes références ■ Fournir une invitation pour le retour / date de suivi de traitement ■ Inviter à partager aux autres jeunes l'existence de la clinique

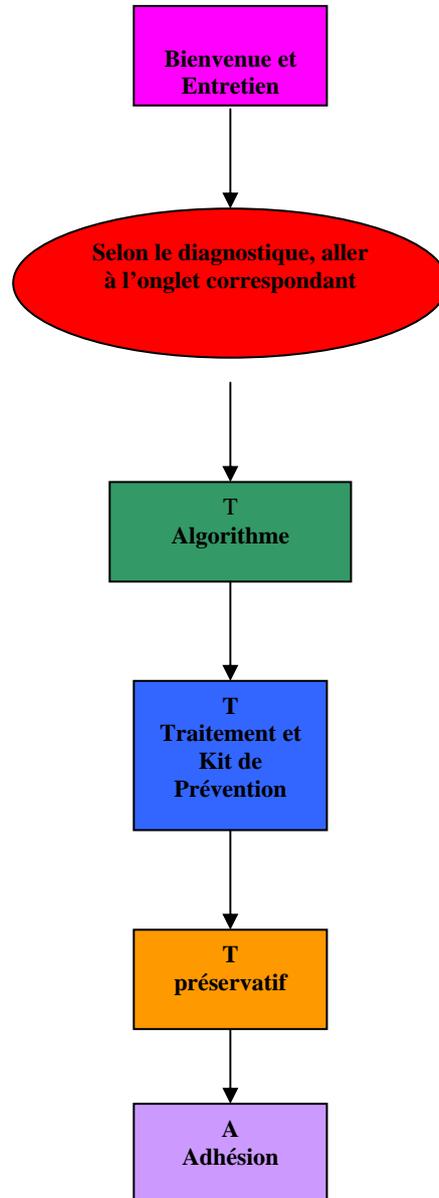
Comme avec le PF, utiliser la boîte à image sur les IST comme support pour mieux expliquer la situation au client :

QUELQUES CONSEILS POUR L'UTILISATION DE LA BOITE A IMAGES

- Installez-vous là où la cliente peut voir la boîte à image
- Indiquez les illustrations et non les textes lorsque vous parlez
- Gardez un contact visuel fréquent avec votre cliente
- Faites participer votre cliente. Posez des questions et encouragez la discussion
- Utilisez le texte comme guide, et ajoutez des éléments d'information lorsque c'est nécessaire
- Parlez clairement et utilisez des mots et un langage que la cliente peut facilement comprendre

Pour être le plus efficace possible en utilisant la boîte à images IST du *TOP Réseau*, suivez le schéma sur la page suivante. Cela vous permettra de maîtriser pour chaque client quelle partie de la boîte à images vous sera utile et en quelle séquence.

Figure 6-2 : Etapes à suivre lors de l'utilisation de la boîte à images IST :



Comme décrit dans le schéma et dans la boîte à images IST, certains produits de PSI sont à promouvoir dans vos séances de diagnostic et de conseils sur les IST. Les produits de prévention et de traitement des IST sont principalement *Protector Plus* (déjà décrit dans la section 6.4) le *Cura 7* et le *Genicure*.

Les deux derniers sont des « kits » de traitement des IST. Chaque « kit » contient les médicaments préconisés par le Ministère de la Santé de Madagascar, déjà dosés pour un traitement correct de chaque type d'infection. Aussi inclus dans chaque « kit », des instructions clairement citées et représentées aussi par des dessins, des cartes de notification de partenaire, qui servent aussi de carte de référence aux patients pour la consultation et soins éventuels des partenaires, et aussi des condoms pour assurer la prévention des IST dans le futur.

6.5.1 CURA 7®

(kit de traitement des EU) : est un kit complet et pratique qui contient dans un paquet unique tous les éléments nécessaires pour la prise en charge complète des urétrites aiguës suspectes de gonococcie et de chlamydiae, selon l'approche syndromique.

Les Composantes du kit :

1. *Des supports éducationnels illustrés et en langue malgache :*

- ▶ Brochure pour informer le client sur son infection
- ▶ Brochure d'instructions sur la prise correcte des médicaments
- ▶ Notice médicale

2. *Les outils essentiels pour aider le client à se protéger des réinfections pendant et après le traitement, ce qui stoppe la propagation de l'infection :*

- ▶ Sept préservatifs en latex naturel et lubrifiés
- ▶ Trois cartes de notification du (ou des) partenaire(s) pour en assurer la prise en charge

3. *Les deux types d'antibiotiques préconisés en première intention par le Ministère de la santé malgache pour le traitement de la gonococcie et de la chlamydiae. Leur présentation dans le kit est une plaquette thermoformée composée de :*

- ▶ 1 comprimé blanc pelliculé sécable de CIPROFLOXACINE 500 mg (DCI) BP
- ▶ 14 comprimés jaunes pelliculés de DOXYCYCLINE 100 mg (DCI) USP

6.5.2 GENICURE®

(kit de traitement des UG) : est un kit pour la prise en charge complète des Ulcérations génitales aiguës suspectes de syphilis et de chancre mou, selon l'approche syndromique.

Les Composantes du kit :

1. *Des supports éducationnels illustrés et en langue malgache :*

- ▶ Brochure pour informer le client sur son infection

- Brochure d'instructions sur la prise correcte des médicaments
- Notice médicale

2. *Les outils essentiels pour aider le client à se protéger des réinfections :*

- Sept préservatifs en latex naturel et lubrifiés
- Trois cartes de notification du (ou des) partenaire(s) pour en assurer la prise en charge

3. *Les deux types d'antibiotiques préconisés en première intention par le Ministère de la santé malgache pour le traitement de la syphilis et du chancre mou. Leur présentation dans le kit :*

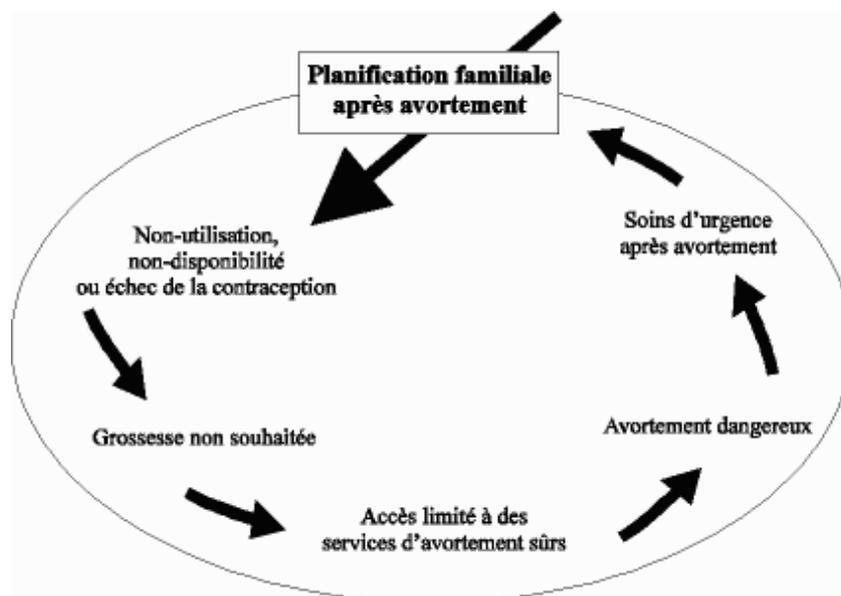
- 1 flacon scellé incolore de 5 ml de poudre (blanche) de Benzathine Pénicilline BP à 2.400.000 UI + 1 ampoule de 10 ml de préparation pour injection + 1 seringue de 10 ml à usage unique + 2 aiguilles pour la préparation et l'administration de la solution injectable reconstituée + 2 compresses alcoolisées.
- 6 comprimés pelliculés de Ciprofloxacine 500 mg USP (blanc, sécable), sous plaquette thermoformée.

6.6 LES SOINS POST-AVORTEMENT (SPA)

La manière la plus directe de réduire le taux d'avortement est d'empêcher les grossesses non désirées en augmentant l'utilisation des méthodes de planification familiale.

- Ne jamais recommander l'avortement comme une méthode de planification familiale;
- Comprendre la différence entre les clients avec des soins après accouchement et ceux avec des soins post-avortement ;
- Traiter les clients sans les juger ;
- Conseiller tous les clients (ceux avec des soins post-accouchement et ceux avec des soins post-avortement) pour la planification familiale;
- Etre conscient des complications des avortements à risque (immédiats , ou légèrement après) ;
- Informer les clientes que la fécondation reviendra dans deux semaines ;
- S'assurer de la disponibilité des équipements fonctionnels et bien entretenus et des médicaments pour faire face aux urgences médicales post-avortement, lorsque le prestataire a l'expertise requise pour gérer une telle situation ;
- Etre conscient de l'existence des installations fiables pour la prise en charge des référés pour des problèmes plus compliqués.

Figure 6-3. Briser le cycle de l'avortement dangereux



CHAPITRE 7 : ADMINISTRATION

7.1 : LA COLLECTE ET CONSERVATION DES DONNEES

Bien conserver les informations relatives aux clients permet au prestataire *TOP Réseau* de se rappeler ou/et de comprendre les soins qu'il a apporté aux patients et offre une base pour les soins futurs.

La conservation des données peut être perçue comme prenant du temps et inutile mais c'est un outil essentiel pour améliorer les services aux clients, prestataires, formateurs et donateurs.

- Les prestataires *TOP Réseau* sont tenus de conserver les données confidentielles et exactes de chaque client qui fréquente leur clinique pour un service *TOP Réseau*. Des informations relatives à chaque service doivent être enregistrées dans le registre *TOP Réseau* (voir Annexe 5 : Registre *TOP Réseau*). **Le remplissage de cette fiche est OBLIGATOIRE pour les membres/franchisés de *TOP Réseau*.** Cette fiche est l'outil principal de collecte de données pour le système de gestion d'information de *TOP Réseau*, nommé SIGS.
- Chaque fois que vous servez un client, remplissez le registre *TOP Réseau* de la manière suivante :
 - Remplissez le prénom du client (le fait de ne pas remplir son nom garde la confidentialité)
 - Remplissez la date de la visite/service
 - Cochez pour toutes les autres rubriques d'information les informations qui correspondent au client. Certaines rubriques, précisément « Motif », « Méthode de PF Choisi », « Symptôme », et « Prescription » peuvent avoir multiples cases cochées (multiples choix).
 - A la fin de chaque mois, le coordinateur *TOP Réseau* de votre région collectera les fiches afin de les saisir dans la base de données principale et vous les fournira avec le rapport de données du mois précédent.
- Pour chaque client, établir un registre individuel. L'Annexe 6 : « Fiche de Client » vous donne un format suggéré, mais l'idée n'est pas de remplacer un système que vous avez déjà en place pour enregistrer les informations spécifiques sur chacun de vos clients. Si vous n'avez pas un système déjà en place vous pouvez adopter la fiche proposée, mais si vous avez déjà un système, les franchisés de *TOP Réseau* sont fortement encouragés d'assurer que les éléments d'information inclus dans la fiche en Annexe 6 soient aussi inclus dans leur système de collecte de données. Cette fiche de client est une aide pour la gestion de votre client et pour mieux le servir, et non pas un outil de collecte de données pour *TOP Réseau*.
- Les données du client doivent ressortir les résultats cliniques nécessaires, la décision prise, les informations fournies au client et les produits et traitement prescrits.

- Garder toutes les données des clients dans un endroit sécurisé pour des raisons de confidentialité. (Par exemple : une armoire ou garde dossier qui se ferme à clé). S'assurer que toutes les informations sur un client individuel sont tenues secrètes. Vous pouvez aussi développer un système de codage de client où leur nom est gardé ailleurs et leur dossier détient seulement leur code. Cela assurera une confidentialité complète. Il est très important d'expliquer à vos clients comment leurs dossiers personnels sont gardés en toute confidentialité, incluant une description du personnel qui aura accès à ces informations.

7.2 : UNE PROPOSITION DE SYSTEME DE GESTION FINANCIERE

Avoir des données sur les rentrées financières de la clinique (par exemple, les frais payés par les clients) et les sorties (par exemple, les frais de location, achat des produits, etc.) donneront au prestataire des informations utiles pour planifier leurs activités.

- Tous les prix *TOP Réseau* doivent être affichés à l'attention des clients. Une liste indiquant les prix maximums doit être visible et des réductions pourraient être opérées à la discrétion du prestataire. Les réductions doivent être faites selon des critères clairs et transparents. (Voir tableau 7-1 : Gamme des Prix *TOP Réseau*.)
- Conserver les données relatives aux rentrées financières et aux dépenses de la clinique
- Garder l'argent dans un endroit sûr
- Ne pas accepter des récompenses qui pourraient influencer l'attitude envers ou la gestion du client.

Tableau 7-1 : gamme des prix de consultation *TOP Réseau* Tamatave

Services <i>TOP Réseau</i>	Consultation jeune	Avec carte De référence	Avec coupon de remise *	Avec coupon gratuit *
IST, PF, Counseling	10 000 fmg	7 500 fmg	7 500 fmg	Gratuit

* Pour les coupons gratuits et de remise, chaque mois lors de la collecte des registres *TOP Réseau*, les médecins remettent les coupons au représentant de *TOP Réseau* pour le remboursement des frais de consultation subventionnés. Pour les coupons de remise, une part du frais de consultation sera remboursée par PSI, pour compléter les frais totaux de consultation *TOP Réseau*. Pour les coupons gratuits, les frais de consultation *TOP Réseau* sont remboursés en totalité.

7.3 : PROPOSITION DE GESTION DES STOCKS

La continuité des soins dépend de la disponibilité de stocks à la clinique. Tous les prestataires **TOP Réseau** doivent s'assurer qu'ils ne sont pas en rupture de stock en suivant les points cités ci-dessous :

- Prévoir quatre jours entre la commande de stock chez le fournisseur et la réception des produits/médicaments
- Suivez le principe de «Premier Reçu Premier Utilisé». Ce qui signifie que les produits achetés plus tôt sont utilisés les premiers et ceux reçus plus tard sont utilisés après. Ceci permet de maîtriser la date de péremption des produits.
- Bien entretenir le registre des stocks. Ceci servira d'inventaire et de guide pour les nouvelles commandes et permettra de ne pas être en rupture.
- Conserver les stocks dans un environnement sûr, propre sec et exempt d'insectes
- Disposer convenablement chaque stock qui a dépassé la date de péremption.

CHAPITRE 8 : LE MARKETING: ACTIVITES DE PROMOTION DE LA MARQUE MENEES PAR PSI

La stratégie de marketing de *TOP Réseau* de PSI inclut trois composantes complémentaires. D'abord, il y a un établissement de la marque elle-même qui est établie après plusieurs recherches et des tests sur terrain. Cette marque, *TOP Réseau*, a été proposée et adaptée aux jeunes Malgaches et n'est pas une marque venant de l'étranger. PSI fait la promotion de cette marque comme une garantie de services de hautes qualités adaptés spécialement aux jeunes. Les deux autres volets sont décrits détaillés ci-dessous, ils consistent aux activités de promotion conduites par PSI utilisant une variété de moyens, et les outils d'information, éducation, et communication.

8.1 LA PROMOTION DE *TOP RESEAU*

PSI/Madagascar effectue la promotion des services *TOP Réseau* par une campagne de communication complète comprenant les médias de masse, les *Cinémobiles* et les activités interpersonnelles. Ces activités sont conçues pour encourager un grand nombre de consultations des clients auprès des cliniques membres.

1. Média de Masse

- La composante communication de masse du projet est conçue pour conscientiser les gens sur les IST, la planification familiale, du réseau de cliniques *TOP Réseau*, et des produits de santé y afférents. PSI mène aussi bien des campagnes de marque sur les chaînes de télévision, de radio et sur des panneaux publicitaires pour promouvoir *TOP Réseau*, qu'une campagne générique afin d'améliorer la prise de conscience personnelle du risque parmi les jeunes sexuellement actifs.
- La campagne de communication de masse pour la promotion de *TOP Réseau* s'effectue par des publicités télévisées, radiophoniques et sur supports imprimés. Les messages sont conçus pour augmenter la prise de conscience à l'égard des services et des attributs positifs du réseau. Pour la promotion de *TOP Réseau*, PSI/Madagascar coopère avec divers musiciens populaires choisis parmi les jeunes Malgaches pour la production de spots télévisés et de clips musicaux. Les affichages publicitaires de *TOP Réseau* sont placés sur des lieux stratégiques afin d'attirer l'attention des adolescents et d'augmenter la prise de conscience sur les services offerts par le réseau et spécialement destinés aux jeunes.
- La campagne de communication générique est constituée de films, de séries télévisées et d'émissions de causerie (talk shows) produits par *TOP Réseau*/PSI lui-même et qui sont utilisés pour diffuser sous une forme divertissante, les informations destinées aux jeunes et relatives à la santé de la reproduction, à la prévention et au traitement des IST. Les spots et les programmes radios sont produits et émis d'une manière régulière. Ils traitent des sujets qui concernent les adolescents d'aujourd'hui tels que les problèmes liés aux rapports sexuels non protégés, les besoins des jeunes en matière de santé de la reproduction, les moyens de prévention efficaces pour éviter les grossesses non désirées, les manières de convaincre son partenaire d'adopter des comportements sains.

2. Cinémobile

- Le projet utilise également des unités de vidéo mobiles (UVM), ou *Cinémobiles*, pour délivrer des messages de santé sous une forme innovatrice et distrayante. L'équipe de *Cinémobile* met en place des équipements de projection vidéo dans les lieux publics lors de grandes affluences,

et projette des films produits par *TOP Réseau*/PSI parlant de l'utilisation du préservatif, de la négociation, et de la prévention des IST. Des modérateurs font participer le public dans des discussions animées, des jeux, et des démonstrations d'utilisation du préservatif, renforcent les messages clés de prévention des IST/VIH/SIDA, et donnent des informations sur les services offerts par les cliniques de *TOP Réseau*.

- Les recherches menées par PSI dans d'autres pays ont démontré l'existence d'un lien entre les présentations effectuées via les Cinémobiles et le comportement sexuel préventif. Une étude communautaire menée au Rwanda en 1998 a trouvé que le taux d'utilisation du condom est plus élevé chez les hommes ayant déjà eu l'occasion d'assister à une présentation Cinémobile (32%) que chez ceux qui n'ont jamais eu cette opportunité (14%).

3. Education par les pairs

- Les experts soulignent l'importance de la communication interpersonnelle intensive pour réaliser un changement de comportement soutenu. Le pilier de cette composante interpersonnelle du projet est constitué par son équipe de pairs éducateurs compétents et dévoués principalement âgés de 20 à 24 ans. Ils sont liés de près au réseau de cliniques – les éducateurs accroissent la conscience des jeunes à l'égard de *TOP Réseau* et agissent comme un important lien entre les médecins et les jeunes clients.
- Les éducateurs pairs conduisent des séances de sensibilisation en équilibrant humour et sérieux. Le volume réduit des participants lors de ces séances (13 en moyenne) permet une ambiance et une discussion hautement participatives au cours des débats sur des sujets sensibles. Au cours de ces séances, les participants exécutent typiquement des jeux de rôle qui les aident à raffermir leurs capacités et leur confiance dans des domaines tels que la négociation avec le/la partenaire, et l'utilisation correcte des condoms.
- Pour maximiser l'impact de ces séances, les éducateurs rassemblent des groupes homogènes de jeunes et adaptent le contenu de chaque séance selon le profil de chaque groupe. Par exemple, lors des séances organisées au profit de public plus jeune, les éducateurs insistent beaucoup plus sur les avantages tirés du recul de l'activité sexuelle.
- Durant chaque séance, les pairs éducateurs expliquent les services et les attributs de *TOP Réseau* et distribuent les dépliants de repérage.
- Pour encourager les jeunes à fréquenter le *TOP Réseau*, des coupons gratuits et de remise sont distribués parmi les participants aux séances de sensibilisation. Les coupons utilisés par les bénéficiaires seront ensuite collectés au niveau des cliniques membres du réseau par le représentant de *TOP Réseau*. En retour, les centres de santé concernés reçoivent la somme correspondante aux prix de ces coupons.

8.2 LES SUPPORTS D'INFORMATION, EDUCATION ET COMMUNICATION (IEC)

Les prestataires de service et les clients de *TOP Réseau* bénéficient de divers instruments fournis par PSI pour les aider au diagnostic, au traitement et au counseling. Ils comprennent :

Supports d'Information, Education, et Communication (IEC)

- Kit de Prévention des IST. Les kits de prévention des IST contiennent des brochures éducatives sur la prévention des IST et sur l'utilisation correcte du condom, des échantillons de condoms, ainsi

que des cartes de référence pour une consultation auprès de *TOP Réseau*. Ces kits sont conçus pour faciliter la communication entre le médecin et le/la client(e), et entre le/la client(e) et son/sa partenaire. Le système de référence du/de la partenaire a démontré un succès notable pour atteindre les partenaires des clients(es) ayant un profil de risque élevé se présentant auprès des cliniques : environ un(e) client(e) sur dix ayant reçu un kit de prévention des IST ont obtenu du succès pour convaincre leur partenaire à visiter une clinique de *TOP Réseau*.

■ Boîte à Images. Des tableaux de présentation (flipcharts) sont mis à la disposition des prestataires de santé de *TOP Réseau* pour leur faciliter le counseling en méthodes de planification familiale et la prise en charge des IST. Sont incorporés dans ces tableaux, des algorithmes approuvés par le Ministère de la Santé ainsi que des aides visuelles pour guider les médecins dans leur approche syndromique pour un diagnostic, traitement et counseling adéquats des clients IST et de santé de la reproduction.

■ Brochures Educatives. Les médecins et les pairs éducateurs de *TOP Réseau* transmettent les connaissances essentielles relatives à la santé sexuelle et à la santé de la reproduction par l'intermédiaire d'une gamme de brochures éducatives. Illustré et écrit en Malagasy, le contenu des brochures répond directement aux questions et aux besoins d'information des adolescents. Les brochures existantes couvrent des sujets comprenant la prévention des IST, l'utilisation correcte du condom, et l'anatomie de l'appareil reproducteur .

■ Le Mensuel. Le Mensuel est un bulletin d'information technique publié et distribué mensuellement par PSI. Il couvre une variété de sujets d'intérêt pour la santé personnelle, tels que les options en matière de contraception ... Le bulletin se propose de présenter jusqu'à la limite du possible, les découvertes les plus récentes effectuées dans le monde en matière de santé, et de répondre aux besoins et intérêts de ses lecteurs.

CHAPITRE 9 : SUIVI ET SUPERVISION : ASSURANCE CONTINUE DE LA QUALITE DE SERVICES

9.1 COMMENT ASSURER LA QUALITE

L'objectif principal de l'assurance de la qualité est de s'assurer que tous les prestataires *TOP Réseau* offrent régulièrement la même bonne qualité de soins à tous les clients à tout moment.

- L'assurance de la bonne qualité exige que le *TOP Réseau* élabore et maintienne :
 - ▶ Une supervision efficace
 - ▶ Des indicateurs mesurables de qualité
 - ▶ La collecte et une analyse à temps des données
 - ▶ Une communication efficace de ses résultats afin que chaque membre puisse modifier, si nécessaire, ses services pour atteindre la qualité requise

- Dans le but d'aider les initiatives de *TOP Réseau* sur l'assurance de la qualité, le prestataire *TOP Réseau* est censé de :
 - ▶ Rencontrer régulièrement les représentants agréés de *TOP Réseau* comme recommandé ;
 - ▶ Autoriser les représentants de *TOP Réseau* à interviewer les clients et de réaliser en temps voulu des enquêtes avec les clients mystères.
 - ▶ Autoriser les représentants de *TOP Réseau* à avoir accès à ses locaux et aux dossiers relatifs aux activités de *TOP Réseau*.
 - ▶ Remettre les données honnêtement et complètement à temps aux représentants agréés (superviseurs) de *TOP Réseau*.
 - ▶ Répondre de manière constructive aux évaluations et appréciations, entreprendre des formations supplémentaires telles qu'il convient.
 - ▶ Faire la mise à jour des innovations dans la pratique clinique et revoir régulièrement ses connaissances et performances.

- L'objectif de la gestion de l'information est d'offrir un outil par lequel on peut surveiller, contrôler et prendre des décisions. Le système de gestion de l'information de *TOP Réseau* a été élaboré pour permettre à *TOP Réseau* de suivre et d'aider à accroître le progrès du prestataire en fonction de la qualité et de l'impact.

- Le système de gestion de l'information de *TOP Réseau* a été élaboré pour surveiller, relever et analyser les données dans les domaines ci-dessous, avec pour objectif de produire les mesures et les rapports requis. (Voir section 9.4 pour plus de détail sur les rapports du system de gestion d'information *TOP Réseau* -SIGS). En général le système peut produire :
 - ▶ Les données statistiques sur les cliniques et les prestataires.
 - ▶ Les rapports d'activité de supervision mensuelle rangés pour chaque prestataire ;
 - ▶ Le niveau d'activité des membres de l'équipe *TOP Réseau*.

9.2 LA SUPERVISION

L'assurance de la qualité est basée sur la supervision et le contrôle de routine, pour confirmer que les activités progressent comme programmées et en respectant les directives.

- Une supervision efficace est la clé du contrôle de qualité parce qu'elle offre au prestataire *TOP Réseau* l'aide et la direction qu'il désire pour appliquer les normes dans son travail de routine.
- Dans les systèmes de supervision traditionnels, le superviseur joue seul le rôle d'inspecteur. Le rôle formateur *TOP Réseau* va cependant au-delà de l'inspection, pour inclure le soutien, et l'orientation du prestataire *TOP Réseau*. Le superviseur *TOP Réseau* aide à résoudre les problèmes, en même temps qu'il motive et soutient le prestataire.
- Lors de la visite chez un prestataire *TOP Réseau*, le superviseur *TOP Réseau* non seulement conduit les tâches de contrôles habituels, mais également discute des problèmes techniques avec le prestataire, faisant partie d'un programme de développement continu des capacités du prestataire.

9.3 LES INDICATEURS DE REUSSITE

- Au niveau national et régional, les responsables de *TOP Réseau* contrôlent les indicateurs d'apport pour juger si *TOP Réseau* dispose des ressources et d'activités de soutien nécessaires pour fonctionner.
- *TOP Réseau* a élaboré un certain nombre d'indicateurs de processus pour contrôler la prestation de services de qualité dans les structures de *TOP Réseau*. Ces indicateurs forment la base de l'outil de suivi exposé en Annexe 7.
- *TOP Réseau* contrôle aussi les indicateurs de productivité et de résultat, en mesurant les résultats au niveau de chaque clinique/prestataire franchisé. Ceci inclut :
 - Ultimentement : la protection annuelle par couple généré par les services *TOP Réseau*
 - le nombre de clients qui visitent les cliniques *TOP Réseau*
 - le nombre de clients enregistrés,
 - le nombre de clients conseillés,
 - le nombre de clients ayant reçu des services PF
 - le nombre de clients ayant reçu des services IST
 - le nombre de clients ayant reçu des services pendant différentes activités communautaires conduites par *TOP Réseau*.

9.4 COLLECTE DES DONNEES ET LE SYSTEME SIGS

Les soins de santé de qualité consistent en une performance appropriée (correspondant aux normes) des interventions connues pour leur fragilité, qui sont d'un prix abordable dans la société en question et qui ont la capacité de produire un impact sur la mortalité, la morbidité, l'infirmité et la malnutrition.

- **TOP Réseau** dispose d'un système régulier de collecte des données lui permettant de recueillir des informations pour le contrôle de la qualité dans le réseau **TOP Réseau**. Il comprend :
 - Les données venant des fiches journalières de chaque centre du réseau
 - L'observation directe
 - Les supervisions dans les cliniques
 - Les clients mystères
 - Réactions des clients

Observation directe

- Lors de leurs visites de routine chez les prestataires **TOP Réseau**, les superviseurs **TOP Réseau** observent les structures et remettent leurs observations au prestataire **TOP Réseau**.

Les supervisions dans les cliniques membres **TOP Réseau**

- Lors de leurs visites régulières de soutien chez les prestataires **TOP Réseau**, les formateurs **TOP Réseau** contrôlent et évaluent l'offre de service du prestataire en utilisant une liste de contrôle appelée « Outil de Suivi Rapide des Centres. » Une copie se trouve dans l'Annexe 7 pour vous donner une idée des points de qualité suivis par les superviseurs du réseau.
- La fiche de suivi est remplie et analysée tous les mois, étant donné qu'elle permet de maintenir efficacement le système.
- Les prestataires **TOP Réseau** sont classés A ou B, les prestataires de la catégorie A étant ceux dont la performance atteint les critères de qualité. Les prestataires de la catégorie B deviennent les cibles des efforts plus approfondies de recyclage et d'assistance technique. Les centres qui restent trop longtemps en catégorie B sont éventuellement demandés de quitter le réseau, car leur manque d'adhérence aux normes de qualité met en jeu la réputation générale de la marque et les services des autres membres.
- Le système de gestion d'information de **TOP Réseau** (SIGS) est capable de produire un certain nombre de rapports pour aider à analyser les résultats par centre/prestataire et pour le réseau aux niveaux régionaux et nationaux. Un de ces rapports est envoyé trimestriellement à chaque centre membre afin de contribuer à l'amélioration continue de la qualité des services.
- Les superviseurs doivent remettre aux prestataires les exemplaires des fiches de suivi et leurs notes d'évaluation après chaque visite de supervision.

Clients Mystères

- Lorsqu'un superviseur *TOP Réseau* est présent et observe les procédures, cela peut mettre le prestataire mal à l'aise ou l'amener à adopter un comportement irréprochable. Pour prévenir cette difficulté pour le contrôle de la qualité, *TOP Réseau* organise des enquêtes par la technique «clients mystères» (faux clients).
- Ces clients mystères viennent de la communauté ciblée par le centre/prestataire membre de *TOP Réseau* qui est formé à observer avec un œil critique les prestataires tout en prétendant de rechercher des soins eux mêmes. Cette méthode est reconnue mondialement et aide énormément à sortir des informations très critiques et valables vis-à-vis de la qualité de prestation de soins.

Réaction des clients

- Les clients ont de bonnes perspectives sur la qualité des soins pour les raisons suivantes :
 - ▶ Les clients peuvent définir les comportements culturellement adaptés
 - ▶ Les clients accordent généralement plus d'importance aux relations interpersonnelles du prestataires (tandis qu'un observateur pourrait insister sur la compétence technique).
 - ▶ Les réactions des clients peuvent indiquer si les services ont satisfait les désirs des clients.
- *TOP Réseau* obtient les réactions des clients à travers les enquêtes à leur sortie du centre.
- *TOP Réseau* sollicite aussi les opinions des clients par des discussions de groupes. Des exemples de rapports de discussions de groupes peuvent être obtenus de *TOP Réseau*.

CHAPITRE 10 : EVALUATION DU PROGRAMME

10.1 POURQUOI EVALUER ?

TOP Réseau n'est pas seulement une marque, mais représente aussi un programme et une approche spécifique financés par des sources externes au réseau. Les activités d'évaluation n'assurent pas seulement la qualité de services requis par le réseau mais aussi, ils mesurent le progrès vers les objectifs du programme financé et de l'approche technique.

- Les responsables du *TOP Réseau* évaluent périodiquement la performance du réseau, dans le but d'apporter son assistance dans sa gestion et son développement.
- Pour faciliter la recherche (voir section 9.4 pour les différentes activités de collecte de données du réseau), le prestataire membre/franchisé *TOP Réseau* doit :
 - ▶ Autoriser *TOP Réseau* à interviewer les clients, les prestataires et réaliser des enquêtes avec les clients mystères lorsque le besoin se présente ;
 - ▶ Autoriser l'accès de *TOP Réseau* dans les locaux et aux dossiers relatifs aux activités de *TOP Réseau* ; (sauf les dossiers médicaux des clients)
 - ▶ Participer à la recherche faite par *TOP Réseau* avec honnêteté et intégrité ;
 - ▶ Rapporter toute évidence de fraude et de mauvaise conduite pendant la recherche pour *TOP Réseau* ;
 - ▶ Suggérer à *TOP Réseau* toute autre structure pouvant collecter les données auprès du prestataire *TOP Réseau* ou de leurs structures ;
 - ▶ Préserver la confidentialité des clients ;

Les responsables de *TOP Réseau* cherchent à partager les principaux résultats de la recherche évaluative avec les prestataires/membres du réseau de manière régulière. Trimestriellement, les prestataires reçoivent les rapports systématiques de leurs prestations, autres rapports de recherche évaluative sont partagé au fur et à mesure que la recherche est réalisé.

10.2 ETUDE GLOBALE DE L'APPROCHE (PROGRAMME) *TOP RESEAU*

- Des enquêtes de base sur le comportement, attitude et pratique des jeunes en matière de santé reproductive (études quantitatives et qualitatives) sont effectuées avant le démarrage des activités du projet *TOP Réseau* dans chaque zone d'intervention. Une deuxième partie de ces enquêtes est effectuée après un an et encore à la fin du financement externe (d'abord après deux ans et à la fin de chaque financement supplémentaire éventuel).
- Ces études permettent de mesurer et d'évaluer l'impact de l'existence des services *TOP Réseau* sur la population cible de la zone géographique d'implantation. Ces études sont très importantes pour pouvoir évaluer la valeur de l'extension du réseau dans d'autres zones géographiques de Madagascar.
- Les résultats de ces études évaluatives feront l'objet d'une large diffusion et les membres du *TOP Réseau* seront informés et invités à assister à une séance de dissémination de ces résultats.
- Des exemplaires de tous les rapports des clients, prestataires et toute enquêtes réalisées sont disponibles à tout moment chez *TOP Réseau/PSI*.

ANNEXE 1 : DECLARATION SUR LA PROPRIETE

Le Manuel de *TOP Réseau* est la propriété de Association Malagasy de Marketing Social/Population Services International (AMMS/PSI), et constitue une divulgation confidentielle destinée uniquement aux prestataires *TOP Réseau*.

Il est offert sous les conditions expresses suivantes :

- Que le contenu ne sera pas reproduit ou modifié en partie ou entièrement, sans l'autorisation écrite préalable de AMMS/PSI ;
- Que le contenu ne sera pas révélé ou communiqué à une personne ou organisation non autorisée.

Tous les exemplaires du Manuel de *TOP Réseau* restent la propriété de AMMS/PSI et doivent (conformément aux termes du présent accord) être retournés sur demande ou dès cessation de l'accord pour quelque raison que ce soit.

ANNEXE 2 : LETTRE D'AGREMENT

Cette lettre d'agrément est faite entre Association Malagasy de Marketing Social Population Services International AMMS/PSI/Madagascar, une organisation non-gouvernementale à but non lucratif et l'individu identifié ci-dessous «le prestataire».

L'objectif du Réseau *TOP Réseau* est de permettre aux populations à revenus faibles d'avoir accès aux services de santé familiale de haute qualité. Le Manuel du Réseau *TOP Réseau* représente un engagement à l'établissement régulier d'une norme élevée d'offre de services de santé aux clients *TOP Réseau* à travers Madagascar. L'acceptation par le prestataire du Manuel du Réseau *TOP Réseau* est conditionnée par la signature de la présente lettre d'Agrément. Cette lettre d'Agrément entre en vigueur à la date de sa signature et continuera jusqu'à sa fin qui ne peut intervenir qu'après une lettre de préavis d'au moins un mois par l'une des parties à cet effet.

L'AMMS et PSI/ Madagascar s'engage à :

- Faciliter l'utilisation par le prestataire du nom «*TOP Réseau*» (« Le nom ») et le « Logo *TOP Réseau* » («La marque déposée») dans les écrits promotionnels et ailleurs pour ses activités dans le domaine d'offre de services de santé reproductive pour les jeunes. L'utilisation du nom et de la Marque Déposée doit respecter les prescriptions du Manuel du Réseau *TOP Réseau*.
- Etablir, développer et contrôler à travers le Réseau *TOP Réseau* une norme élevée uniforme d'offre de services de santé reproductive de marque de *TOP Réseau*, tel que prescrit dans le Manuel du *TOP Réseau*.
- Offrir une assistance technique et la formation, selon le besoin, pour une provision régulière des services de santé reproductive de haute qualité.
- Offrir l'assistance dans la création de la demande pour les services *TOP Réseau*. Entre autres, offrir un panneau d'affichage et de matériels de promotion arborant le nom et la Marque, mais aussi la promotion dans les mass média lorsque cela est nécessaire.

Le Prestataire accepte :

- D'adopter et de respecter la philosophie, politique, normes, procédures et protocoles de programmation décrits dans le Manuel du *TOP Réseau* (tel qu'amendé de temps en temps).
- Que AMMS/PSI soit l'ultime arbitre des procédures et des normes d'opérations, telles que décrites dans le Manuel du *TOP Réseau*.
- De suivre les normes concernant les rapports (tel que prescrit de temps en temps par AMMS/PSI). Ne rien faire qui pourrait causer un préjudice à la réputation de AMMS/PSI ou de *TOP Réseau*, ou qui entre en conflit avec ses objectifs et politiques
- De notifier AMMS/PSI sur sa connaissance de la non autorisation par des tiers du nom ou de la Marque

- De ne pas communiquer les informations relatives à AMMS/PSI ou du Manuel de *TOP Réseau*, sans le consentement écrit préalable de AMMS/PSI. Le Manuel de *TOP Réseau* devra être strictement confidentiel.

- Qu'il exerce ordinairement à _____ . En cas de changement de lieu de service, le prestataire devra en informer AMMS/PSI à l'avance.

Si le prestataire faillit dans le respect de ses obligations dans cette Lettre d'Agrément, AMMS/PSI peut mettre fin à cet agrément (sans compensation par AMMS/PSI) et/ou peut prendre des sanctions appropriées (par exemple, enlever la plaque *TOP Réseau*). Après la fin de l'agrément, le prestataire cessera l'utilisation du Nom et de la Marque, et retournera tous les matériels de promotion à AMMS/PSI. Cette Lettre d'Agrément ne constitue pas un partenariat légal et le prestataire ne devra pas agir ou se présenter comme un agent ou un partenaire légal de AMMS/PSI, ou prendre des engagements au nom de AMMS/PSI. Tous différends ou disputes entre AMMS/PSI et le prestataire devront être résolus par arbitrage mutuel conformément à l'Acte d'Arbitrage.

Signature du Prestataire

Signature du Représentant PSI/*TOP Réseau*

ANNEXE 3 : ABREVIATIONS

AMMS	Association Malagasy de Marketing Social
BI	Bubon Inguinal
CN	Conjonctivite Néonatale
COC	Contraceptifs Oraux Combinés
DAB	Douleur Abdominale Basse
EDS	Etude Démographique et de Santé
EU	Ecoulement Urétral
FR	Fréquence Respiratoire
IEC	Information, Education et Communication
ISO	Organisation Internationale des Normes
IST	Infections Sexuellement Transmises
MICS	Multiple Indicator Cluster Survey
NA	Non Applicable
OMS	Organisation Mondiale de la Santé
PSI	Population Services International
SIGS	Système d'Information et de Gestion Sanitaire
TA	Tension Artérielle
UG	Ulcération Génitale
VIH	Virus de l'Immuno Déficience Acquise

ANNEXE 4 : FICHE DE MANIFESTATION D'INTERET

A retourner avant _____

**Projet « TOP Réseau »
Immeuble Fiaro, Escalier D, 2ème Etage
BP 7748 Ampefiloha
Antananarivo 101
Tel 22 629 84**

A. DETAILS DU CENTRE

NOM du centre :

ADRESSE (avec numéro de téléphone) du centre :

--

TYPE du centre :

- ONG (centre privé, confessionnel....)
- Cabinet médical d'exercice libéral
- Centre pour les entreprises privées
- Autres

B. PERSONNEL DU CENTRE

Nom du médecin	Age	S'il a déjà suivi une formation initiale ou perfectionnement en 2003 avec PSI/ITEM	
		en PEC des IST (approche syndromique) :	en planification familiale :
1	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

NOM(S) des autres personnels du centre	Fonctions (paramédical, réceptionniste etc)
1	
2	
3	
4	

C. HORAIRES D'OUVERTURE :

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
Horaires d'ouvertures							

D. CARACTERISTIQUES DU CENTRE :

1. Services offerts :
.....
2. Respecte les critères de pré-sélection décrits dans la fiche « AIDE POUR LE REMPLISSAGE DE LA FICHE DE MANIFESTATION D'INTERET » :
 - oui
 - non
3. Lieux de rencontre des jeunes à proximité du centre (distance à préciser s'il y en a) :
 - écoles
 - terrain de sport.....
 - salle de jeu ou bibliothèque
 - autres :
4. Accès des clients au centre :
 - reçoit les clients « tout venant »
 - employés de l'entreprise et leur famille uniquement
 - autres :
5. Quelle est la proportion approximative par mois de votre clientèle entre 15 à 24 ans ?
 - moins de 10% par mois
 - entre 10 à 30% par mois
 - plus de 30% par mois
6. A quelle distance de votre centre se trouve la pharmacie la plus proche ?
 - moins de 100 mètres
 - plus de 100 mètres

E. PRIX DE CONSULTATION :

Si vous êtes membres du réseau, est-ce que vous êtes prêts à offrir un prix de consultation privilégiés pour les jeunes de 15 à 24 ans pour les services **TOP Réseau** : oui non

F. FORMATIONS INITIALES TOP RESEAU :

Si vous serez retenus médecin prestataire de **TOP Réseau**, la première formation initiale en santé de la reproduction des adolescents sera de 2 jours et demi, quelle sera la date qui vous convient ?

Du

Du

G. DECLARATION :

Pour le suivi de la démarche qualité, le médecin prestataire doit être en connaissance des critères de sélection et doit accepter que son centre fasse l'objet des gammes d'évaluation pour assurer la qualité de service de ce réseau (exemples : client mystère, registre, visite de supervision par le responsable PSI...)

Signature et cachet du déclarant ou le chef du centre médical

_____ **Lu et approuvé**

Numéro de l'ONM : _____

Date : _____

ANNEXE 5 : REGISTRE TOP RESEAU

Clients d'âge 15 à 24 ans et leurs partenaires

REGISTRE TOP RESEAU

Centre : _____ No : _____ Mois : _____
Médecin : _____

Prénom	Date	Sexe	Age	1 ^{er} visite à TR ?	Profil	Motif Principal		PF		IST			Référence de Partenaire		Remarques
								Méthode Choisie?	1 ^{er} fois PF ?	Symptôme		Prescription	Référé par Partenaire ?	Kit remis au client ?	
1		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> 15-19 <input type="checkbox"/> 20-24 <input type="checkbox"/> > 25	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> PF <input type="checkbox"/> Conseil <input type="checkbox"/> SR	<input type="checkbox"/> IST (N) <input type="checkbox"/> IST (R) <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Protector + <input type="checkbox"/> Pilplan <input type="checkbox"/> Confiance <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> EU <input type="checkbox"/> IS <input type="checkbox"/> CN <input type="checkbox"/> PV	<input type="checkbox"/> DAB <input type="checkbox"/> UG <input type="checkbox"/> BI	<input type="checkbox"/> Cura7 <input type="checkbox"/> Genicure <input type="checkbox"/> Metronidazole <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui Kit IST <input type="checkbox"/> Oui Carte Ref <input type="checkbox"/> Oui Sans Carte <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Oui (codé) <input type="checkbox"/> Oui (non-codé) <input type="checkbox"/> Non	
2		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> 15-19 <input type="checkbox"/> 20-24 <input type="checkbox"/> > 25	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> PF <input type="checkbox"/> Conseil <input type="checkbox"/> SR	<input type="checkbox"/> IST (N) <input type="checkbox"/> IST (R) <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Protector + <input type="checkbox"/> Pilplan <input type="checkbox"/> Confiance <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> EU <input type="checkbox"/> IS <input type="checkbox"/> CN <input type="checkbox"/> PV	<input type="checkbox"/> DAB <input type="checkbox"/> UG <input type="checkbox"/> BI	<input type="checkbox"/> Cura7 <input type="checkbox"/> Genicure <input type="checkbox"/> Metronidazole <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui Kit IST <input type="checkbox"/> Oui Carte Ref <input type="checkbox"/> Oui Sans Carte <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Oui (codé) <input type="checkbox"/> Oui (non-codé) <input type="checkbox"/> Non	
3		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> 15-19 <input type="checkbox"/> 20-24 <input type="checkbox"/> > 25	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> PF <input type="checkbox"/> Conseil <input type="checkbox"/> SR	<input type="checkbox"/> IST (N) <input type="checkbox"/> IST (R) <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Protector + <input type="checkbox"/> Pilplan <input type="checkbox"/> Confiance <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> EU <input type="checkbox"/> IS <input type="checkbox"/> CN <input type="checkbox"/> PV	<input type="checkbox"/> DAB <input type="checkbox"/> UG <input type="checkbox"/> BI	<input type="checkbox"/> Cura7 <input type="checkbox"/> Genicure <input type="checkbox"/> Metronidazole <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui Kit IST <input type="checkbox"/> Oui Carte Ref <input type="checkbox"/> Oui Sans Carte <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Oui (codé) <input type="checkbox"/> Oui (non-codé) <input type="checkbox"/> Non	
4		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> 15-19 <input type="checkbox"/> 20-24 <input type="checkbox"/> > 25	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> PF <input type="checkbox"/> Conseil <input type="checkbox"/> SR	<input type="checkbox"/> IST (N) <input type="checkbox"/> IST (R) <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Protector + <input type="checkbox"/> Pilplan <input type="checkbox"/> Confiance <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> EU <input type="checkbox"/> IS <input type="checkbox"/> CN <input type="checkbox"/> PV	<input type="checkbox"/> DAB <input type="checkbox"/> UG <input type="checkbox"/> BI	<input type="checkbox"/> Cura7 <input type="checkbox"/> Genicure <input type="checkbox"/> Metronidazole <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui Kit IST <input type="checkbox"/> Oui Carte Ref <input type="checkbox"/> Oui Sans Carte <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Oui (codé) <input type="checkbox"/> Oui (non-codé) <input type="checkbox"/> Non	
5		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> 15-19 <input type="checkbox"/> 20-24 <input type="checkbox"/> > 25	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> PF <input type="checkbox"/> Conseil <input type="checkbox"/> SR	<input type="checkbox"/> IST (N) <input type="checkbox"/> IST (R) <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Protector + <input type="checkbox"/> Pilplan <input type="checkbox"/> Confiance <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> EU <input type="checkbox"/> IS <input type="checkbox"/> CN <input type="checkbox"/> PV	<input type="checkbox"/> DAB <input type="checkbox"/> UG <input type="checkbox"/> BI	<input type="checkbox"/> Cura7 <input type="checkbox"/> Genicure <input type="checkbox"/> Metronidazole <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui Kit IST <input type="checkbox"/> Oui Carte Ref <input type="checkbox"/> Oui Sans Carte <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Oui (codé) <input type="checkbox"/> Oui (non-codé) <input type="checkbox"/> Non	
6		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> 15-19 <input type="checkbox"/> 20-24 <input type="checkbox"/> > 25	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> PF <input type="checkbox"/> Conseil <input type="checkbox"/> SR	<input type="checkbox"/> IST (N) <input type="checkbox"/> IST (R) <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Protector + <input type="checkbox"/> Pilplan <input type="checkbox"/> Confiance <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> EU <input type="checkbox"/> IS <input type="checkbox"/> CN <input type="checkbox"/> PV	<input type="checkbox"/> DAB <input type="checkbox"/> UG <input type="checkbox"/> BI	<input type="checkbox"/> Cura7 <input type="checkbox"/> Genicure <input type="checkbox"/> Metronidazole <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui Kit IST <input type="checkbox"/> Oui Carte Ref <input type="checkbox"/> Oui Sans Carte <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Oui (codé) <input type="checkbox"/> Oui (non-codé) <input type="checkbox"/> Non	
7		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> 15-19 <input type="checkbox"/> 20-24 <input type="checkbox"/> > 25	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> PF <input type="checkbox"/> Conseil <input type="checkbox"/> SR	<input type="checkbox"/> IST (N) <input type="checkbox"/> IST (R) <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Protector + <input type="checkbox"/> Pilplan <input type="checkbox"/> Confiance <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> EU <input type="checkbox"/> IS <input type="checkbox"/> CN <input type="checkbox"/> PV	<input type="checkbox"/> DAB <input type="checkbox"/> UG <input type="checkbox"/> BI	<input type="checkbox"/> Cura7 <input type="checkbox"/> Genicure <input type="checkbox"/> Metronidazole <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui Kit IST <input type="checkbox"/> Oui Carte Ref <input type="checkbox"/> Oui Sans Carte <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Oui (codé) <input type="checkbox"/> Oui (non-codé) <input type="checkbox"/> Non	
8		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> 15-19 <input type="checkbox"/> 20-24 <input type="checkbox"/> > 25	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> PF <input type="checkbox"/> Conseil <input type="checkbox"/> SR	<input type="checkbox"/> IST (N) <input type="checkbox"/> IST (R) <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Protector + <input type="checkbox"/> Pilplan <input type="checkbox"/> Confiance <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> EU <input type="checkbox"/> IS <input type="checkbox"/> CN <input type="checkbox"/> PV	<input type="checkbox"/> DAB <input type="checkbox"/> UG <input type="checkbox"/> BI	<input type="checkbox"/> Cura7 <input type="checkbox"/> Genicure <input type="checkbox"/> Metronidazole <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui Kit IST <input type="checkbox"/> Oui Carte Ref <input type="checkbox"/> Oui Sans Carte <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Oui (codé) <input type="checkbox"/> Oui (non-codé) <input type="checkbox"/> Non	
9		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> 15-19 <input type="checkbox"/> 20-24 <input type="checkbox"/> > 25	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> PF <input type="checkbox"/> Conseil <input type="checkbox"/> SR	<input type="checkbox"/> IST (N) <input type="checkbox"/> IST (R) <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Protector + <input type="checkbox"/> Pilplan <input type="checkbox"/> Confiance <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> EU <input type="checkbox"/> IS <input type="checkbox"/> CN <input type="checkbox"/> PV	<input type="checkbox"/> DAB <input type="checkbox"/> UG <input type="checkbox"/> BI	<input type="checkbox"/> Cura7 <input type="checkbox"/> Genicure <input type="checkbox"/> Metronidazole <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui Kit IST <input type="checkbox"/> Oui Carte Ref <input type="checkbox"/> Oui Sans Carte <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Oui (codé) <input type="checkbox"/> Oui (non-codé) <input type="checkbox"/> Non	
10		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> 15-19 <input type="checkbox"/> 20-24 <input type="checkbox"/> > 25	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> PF <input type="checkbox"/> Conseil <input type="checkbox"/> SR	<input type="checkbox"/> IST (N) <input type="checkbox"/> IST (R) <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Protector + <input type="checkbox"/> Pilplan <input type="checkbox"/> Confiance <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> EU <input type="checkbox"/> IS <input type="checkbox"/> CN <input type="checkbox"/> PV	<input type="checkbox"/> DAB <input type="checkbox"/> UG <input type="checkbox"/> BI	<input type="checkbox"/> Cura7 <input type="checkbox"/> Genicure <input type="checkbox"/> Metronidazole <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui Kit IST <input type="checkbox"/> Oui Carte Ref <input type="checkbox"/> Oui Sans Carte <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Oui (codé) <input type="checkbox"/> Oui (non-codé) <input type="checkbox"/> Non	
11		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> 15-19 <input type="checkbox"/> 20-24 <input type="checkbox"/> > 25	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> PF <input type="checkbox"/> Conseil <input type="checkbox"/> SR	<input type="checkbox"/> IST (N) <input type="checkbox"/> IST (R) <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Protector + <input type="checkbox"/> Pilplan <input type="checkbox"/> Confiance <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> EU <input type="checkbox"/> IS <input type="checkbox"/> CN <input type="checkbox"/> PV	<input type="checkbox"/> DAB <input type="checkbox"/> UG <input type="checkbox"/> BI	<input type="checkbox"/> Cura7 <input type="checkbox"/> Genicure <input type="checkbox"/> Metronidazole <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui Kit IST <input type="checkbox"/> Oui Carte Ref <input type="checkbox"/> Oui Sans Carte <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Oui (codé) <input type="checkbox"/> Oui (non-codé) <input type="checkbox"/> Non	
12		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F	<input type="checkbox"/> 15-19 <input type="checkbox"/> 20-24 <input type="checkbox"/> > 25	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> PF <input type="checkbox"/> Conseil <input type="checkbox"/> SR	<input type="checkbox"/> IST (N) <input type="checkbox"/> IST (R) <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Protector + <input type="checkbox"/> Pilplan <input type="checkbox"/> Confiance <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> EU <input type="checkbox"/> IS <input type="checkbox"/> CN <input type="checkbox"/> PV	<input type="checkbox"/> DAB <input type="checkbox"/> UG <input type="checkbox"/> BI	<input type="checkbox"/> Cura7 <input type="checkbox"/> Genicure <input type="checkbox"/> Metronidazole <input type="checkbox"/> Autre	<input type="checkbox"/> Oui Kit IST <input type="checkbox"/> Oui Carte Ref <input type="checkbox"/> Oui Sans Carte <input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> Oui (codé) <input type="checkbox"/> Oui (non-codé) <input type="checkbox"/> Non	

PHOTO

IDENTIFICATION Appellation :

Nom :

Prénom :

Sexe :

Né (e) le :/...../.....

Age :ans.....mois

Adresse :

Téléphone domicile :

Téléphone bureau :

Situation familiale :

Profession :

Nombre d'enfants :

Dossier créé(e) le/...../.....

FAMILLE

Fils de

Profession:.....

Adresse:.....

Fille de

Profession :.....

Adresse:.....

Fratrie :

Autres informations:

VACCINATION

Vaccin	Date / lot	Lieu

CONSULTATION

Date : TA: Pouls: Taille: Poids: FR:

Motif de consultation:

Examen clinique

Diagnostic

Bilan(s)/ résultat(s) Biologiques(s)

Bilan(s)/ résultat(s) Complémentaire(s)

Traitements / rendez-vous

Paiement

Oui

Non

Annexe 7



Outil de suivi rapide des centres



Date 1 :

Date 2 :

Date 3 :

Médecin :	Centre :	Mois :
-----------	----------	--------

1. BUSINESS MODEL										
1.1	Logo de la franchise	Proéminent	<input type="checkbox"/>	Discret	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Attaché convenablement	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		Bonne condition	<input type="checkbox"/>	Mauvaise condition	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2	Heures d'ouverture affichées à l'extérieur	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3	Médecin disponible ou notice d'absence affichée	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4	Prix affichés	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.5	Manuel de qualité disponible	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.6	Certificat PSI exposé	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TOTAL SCORE								Grade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Instructions: 6/8 à classer grade "A" et 5/8 à classer grade "B"; 1.1 doit être inclus pour grade A ou B

2. REGISTRE DES CLIENTS										
2.1	Système de registre de tous les clients disponible	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2	Fiche de client jeune TR disponible	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3	Fiche de client à jour	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TOTAL SCORE								Grade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Instructions: 3/3 à classer grade "A" et 2/3 à classer grade "B"; 2.2 doit être inclus pour grade A ou B

3. PREVENTION DES INFECTIONS										
3.1	Lieu pour se laver les mains : Savon et serviette en place	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2	Décontamination des instruments médicaux appliquée	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3	Désinfection des instruments appliquée	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.4	Dispose d'une méthode pour se débarrasser des aiguilles	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.5	Bac à ordures pour les autres matériels	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.6	Entreposage en sécurité des instruments	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TOTAL SCORE								Grade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Instructions: 6/6 à classer grade "A" et 6/5 à classer grade "B"; 3.1 doit être inclus pour grade A ou B

4. SALLE de CONSULTATION										
4.1	Rideau ou panneau séparateur disponible	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2	Intérieur non vu de l'extérieur	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3	bureau arrangé dans le coin	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.4	table d'examen	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.5	Électricité	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.6	Eau courante	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.7	Propreté	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.8	Préservatifs disponibles pour la clientèle	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TOTAL SCORE								Grade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Instruction: 6/8 à classer grade "A" et 5/8 à classer grade "B"; 4.1 et 4.7 doivent être inclus pour grade A ou B

5. SALLE D'ATTENTE										
5.1	Plus de 4 sièges disponibles	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.2	Inaudible par rapport à la salle de consultation	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3	Radio ou télévision en sourdine	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.4	Propreté	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Score	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TOTAL SCORE								<input type="checkbox"/>	Grade	<input type="checkbox"/>
Instruction: 3/4 à classer grade "A" et 2/4 à classer grade "B"; 5.1 et 5.4 doivent être inclus pour grade A ou B										

6. APPRO SUPPORT IEC										
6.1	Boite à images IST disponible à portée des mains	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>					
6.2	Boite à images PF disponible à portée des mains	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>					
6.3	Pénis en bois disponible	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>					
6.4	Kit de prévention	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Qté	<input type="checkbox"/>			
6.5	Préservatifs de démonstration	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Qté	<input type="checkbox"/>			
6.6	Dépliants TOP Réseau	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Qté	<input type="checkbox"/>			
6.7	Bandes dessinées	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Qté	<input type="checkbox"/>			
6.8	Magazine 100% jeune	Oui	<input type="checkbox"/>	Non	<input type="checkbox"/>	Qté	<input type="checkbox"/>			
6.9	autres (lister par nom)	Nom	<input type="checkbox"/>			Qté	<input type="checkbox"/>			
		Nom	<input type="checkbox"/>			Qté	<input type="checkbox"/>			
		Nom	<input type="checkbox"/>			Qté	<input type="checkbox"/>			
Fréquence de la visite par le Superviseur de TOP Réseau			<input type="text"/>							

7. ATTITUDES du prestataire, PROBLEME GENERAL et COMMENTAIRES								
		+	++	+++	++++			
7.1	Motivé à rester dans le réseau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
7.2	Augmentation de la clientèle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
7.3	Autres avantages perçus par le médecin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
7.4	TOP RESEAU : positif pour les jeunes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
PROBLEMES :								
<input type="text"/>								
COMMENTAIRES :								
<input type="text"/>								
TOTAL SCORE						<input type="checkbox"/>	Grade	<input type="checkbox"/>
						<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

MOIS de la supervision :	Nombre de clients SR du mois précédent :	GRADE mois précédent :	GRADE mois actuel :
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

<p>RECAP actions à faire pour le mois prochain :</p>
--

ANNEXE 8 : ACTIONS POUR ASSURER L'HYGIENE DANS UNE CLINIQUE TOP RESEAU⁴

ACTION 1 : Assurer l'hygiène des lieux et du Personnel. Pour être sûr que les lieux de travail du prestataire **TOP Réseau** ainsi que son personnel soient sûrement et visiblement hygiéniques, un régime d'entretien de routine est requis, comme décrit dans le tableau ci-dessous :

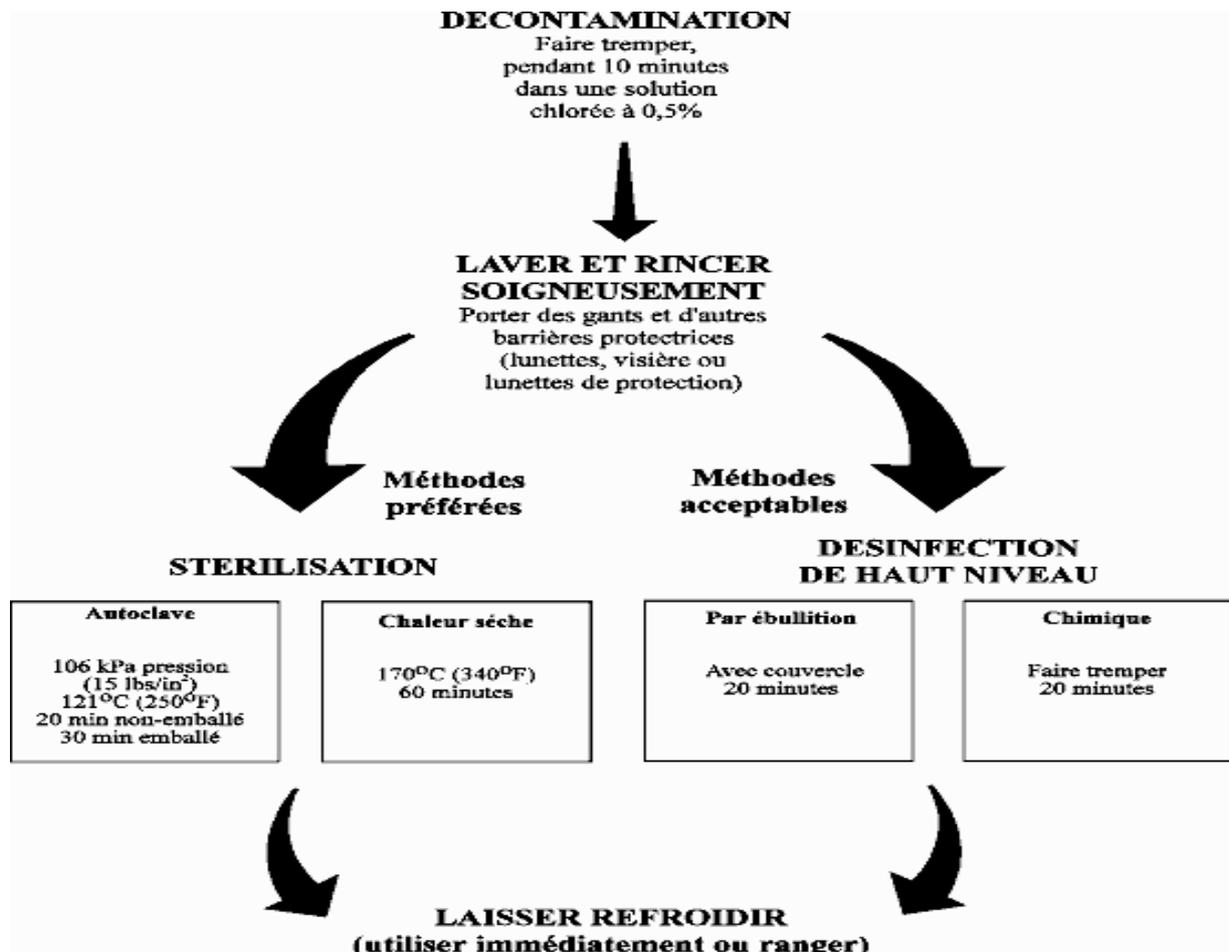
Tableau : maintenance de routine pour la propreté des cliniques

Equipement	Entretien de routine
Dessus de la table d'examen	Essuyer avec 0,5% de chlore après chaque client. Laver en fin de journée
Environnement de la salle	Humecter la poussière quotidiennement. Essuyer l'intérieur de l'armoire une fois par semaine
Seaux	Les décontaminer et laver au détergent en fin de journée
Récipients de décontamination	Lavage au détergent, changer la solution de décontamination quotidiennement, plus fréquemment si souillée
Bac à ordures	Changer le polythène régulièrement
Hygiène générale du personnel	<p>Se laver les mains :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ avec du savon avant et après avoir examiné un client (contact direct). ▶ après avoir retiré les gants car les gants peuvent avoir des trous. ▶ après exposition à du sang ou à tout autre liquide (sécrétions et excréctions), même si on a porté des gants. <p>NOTE : ne pas utiliser des serviettes partagées pour s'essuyer les mains.</p> <p>Porter des gants:</p> <ul style="list-style-type: none"> • En touchant des instruments, gants et autres articles utilisés • En performant les examens physiques • En jetant des déchets contaminés (coton, gaze ou pansements) <p>NOTE 1 : une paire séparée de gants doit être utilisée pour chaque client pour éviter la contamination croisée.</p> <p>NOTE 2 : Il vaut mieux utiliser des gants jetables mais si les ressources sont limitées, les gants chirurgicaux peuvent être réutilisés si vous suivez ces étapes:</p> <p>ETAPE 1 : Décontamination : Décontaminez les gants en les faisant tremper pendant 10 minutes dans une solution chlorée à 0,5%.</p> <p>ETAPE 2 : Nettoyage : Lavez et rincez les gants.</p> <p>ETAPE 3 : Stérilisation / Désinfection à Haut Niveau : Stérilisez (à l'autoclave, jamais la chaleur sèche) ou désinfectez les gants à haut niveau (à la vapeur ou en les faisant bouillir).</p> <p>Jetter les déchets infectieux selon les techniques appropriées :</p> <ul style="list-style-type: none"> • jeter les objets pointus dans des récipients ne pouvant pas être troués <p>verser les liquides dans des conduites d'eau ou des toilettes et enterrer ou brûler les déchets contaminés</p>

⁴ Les informations inclus dans cette annexe sont prises de John Hopkins University avec quelque modification

ACTION 2 : En plus de l'assurance de l'hygiène générale des lieux et du personnel, il est impératif que tous les instruments et matériels d'intervention soient traités et, de préférence stérilisés. Voici un schéma qui représente la continuité des étapes ou méthodes de traitement :

Figure : Etapes Clés du Traitement d'Instruments et d'Autres Articles Contaminés



Idéalement, le prestataire *TOP Réseau* vise la stérilisation de son équipement plutôt que de s'arrêter à la décontamination. Cela le permet d'avoir une confiance à 100% de ne pas promouvoir les infections dans sa clinique. Mais, si l'équipement ou produits nécessaires pour la stérilisation ne sont pas disponibles, la désinfection à haut niveau est conseillé comme une deuxième option.

L'hygiène dans la clinique du prestataire **TOP Réseau** est TELLEMENT IMPORTANTE que nous allons reprendre les étapes citées en haut encore plus en détail :

ETAPE 1 : Décontamination

(portez des gants)

La décontamination permet une manutention plus sûre des instruments par le personnel avant le nettoyage. C'est la première étape dans le traitement d'instruments chirurgicaux et autres articles utilisés.

PROCEDURES

1. Immédiatement après l'utilisation, placez pendant 10 minutes les instruments et autres articles dans une solution chlorée à 0,5%. Cette étape inactive rapidement le VHB et le VIH.
2. Après la décontamination, les instruments devraient être rincés immédiatement avec de l'eau froide pour éviter la corrosion et pour enlever le matériel organique visible avant d'être soigneusement nettoyés.

Les surfaces (surtout les tables d'examen) qui ont pu entrer en contact avec les liquides organiques doivent également être décontaminées. Une manière facile et peu chère de décontaminer les grandes surfaces est de passer un désinfectant adéquat tel qu'une solution chlorée à 0,5% avant la réutilisation, lorsque les surfaces sont visiblement contaminées, ou du moins une fois par jour.



ETAPE 2 : Nettoyage

(portez des gants)

Le nettoyage est important car:

- C'est la manière la plus efficace de diminuer le nombre de micro-organismes sur les instruments et le matériel sales. (Cela réduit jusqu'à 80% de micro-organismes contaminant.)
- Ni les procédures de stérilisation ni la désinfection à haut niveau ne sont efficaces sans nettoyage préalable.
- Le nettoyage est également la meilleure manière de diminuer le nombre d'endospores qui causent le tétanos et la gangrène. Si le matériel de stérilisation n'est pas disponible, un nettoyage soigné est la seule manière de diminuer efficacement le nombre d'endospores.

PROCEDURES

- ▶ Rincer les instruments à l'eau froide, les ouvrir ou les désassembler si nécessaire
- ▶ Les submerger entièrement dans une cuvette remplie d'eau savonneuse
- ▶ Utiliser une brosse pour enlever les souillures
- ▶ Rincer minutieusement dans de l'eau claire
- ▶ Les maintenir secs et propres



Continuez à la prochaine page

ETAPE 3 : Stérilisation

La stérilisation est l'étape finale dans le processus d'assurer l'hygiène dans la clinique. Il y a trois méthodes de stériliser les instruments comme suit :

Stérilisation à la vapeur

- Utiliser des marmites à vapeur (voir figure 4-1 si dessous) ou un autoclave à fin d'atteindre les conditions de stérilisation suivants :

- ▶ 121°C (250°F) et 106 kPa (15 lb/in²) pression pendant
- ▶ 20 minutes pour articles non enveloppés; 30 minutes pour articles enveloppés

Note: Les normes de pression (kPa ou lb/in²) peuvent varier légèrement suivant le stérilisateur utilisé. Chaque fois que possible, suivre les recommandations du fabricant.

- Placer **uniquement** des articles propres et secs (par exemple, des gants chirurgicaux) dans des marmites à vapeur.
- Ne pas utiliser plus de 3 marmites à vapeur.
- Commencer à chronométrer lorsque la vapeur commence à sortir entre les marmites et le couvercle.
- Réduire la chaleur pour que l'eau continue à bouillir.
- Ne pas surcharger le stérilisateur. (Laisser au moins 7,5 cm--3 pouces--entre les paquets et les parois du stérilisateur. En surchargeant, vous pouvez altérer la convection de chaleur et augmenter le temps nécessaire pour stériliser.)
- Laisser tous les articles sécher avant de les retirer.

Stérilisation à la chaleur sèche

- Utiliser un four à fin d'assurer les conditions de stérilisation suivants :
 - ▶ 170°C (340°F) pendant
 - ▶ 1 heure (temps du cycle total--placer les instruments dans le four, chauffer à 170°C, fixer à 1 heure et ensuite refroidir--est de 2 heures à 2 heures ½)
- ou
- ▶ 160°C (320°F) pendant
 - ▶ 2 heures (temps du cycle total est de 3 heures à 3 heures ½)
- Idéal pour des instruments avec des bords qui coupent ou des pointes (par exemple, ciseaux, lames de bistouri, aiguilles)
- Le temps d'exposition ne commence que lorsque le four a atteint la température spécifiée.

Stérilisation chimique

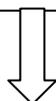
Une autre option que la stérilisation à la vapeur ou à la chaleur sèche est la stérilisation par produit chimique. *Les endoscopes (laparoscopes) et autres instruments qui seraient endommagés par la chaleur peuvent uniquement être stérilisés ou désinfectés à haut niveau (voir section suivante) en utilisant des produits chimiques, comme suit :*

- Tremper pendant 8 à 10 heures dans une solution de glutaraldéhyde
- ou
- pendant 24 heures au moins dans une solution de formaldéhyde à 8%

Note 1 : Vu que les glutaraldéhydes et le formaldéhyde demandent un soin spécial et laissent des résidus sur les instruments traités, il vaut mieux rincer avec de l'eau stérile (qui ne peut être préparée que dans l'autoclave). (Vu qu'en bouillant, on n'inactive pas pour sûr certaines endospores, l'utilisation de l'eau bouillie peut contaminer les instruments stériles.)

Note 2 : Bien que le formaldéhyde soit moins cher que le glutaraldéhyde, il est plus irritant pour la peau, les yeux et les voies respiratoires. Lorsqu'on utilise soit du formaldéhyde, soit du glutaraldéhyde, il faut porter des gants, se protéger les yeux, limiter le temps d'exposition et utiliser les deux produits chimiques dans des endroits bien ventilés.

OU



Option à l'Etape 3 : Désinfection à Haut Niveau

Option A : Désinfection à haut niveau en faisant bouillir

PROCEDURE

- ▶ Utiliser une marmite avec un couvercle.
- ▶ Ne rien ajouter à la marmite avant que ne commence l'ébullition.
- ▶ Commencer à chronométrer lorsque l'eau entre en ébullition.
- ▶ Les articles devraient être entièrement couverts avec de l'eau pendant l'ébullition.
- ▶ Toujours bouillir pendant 20 minutes.
- ▶ Sécher à l'air dans un bac couvert, sec, et désinfecté à haut niveau avant l'utilisation ou le stockage.
- ▶ Utiliser immédiatement ou conserver dans le bac couvert pendant 1 semaine maximum.

Option B : Désinfection à haut niveau chimique

Il existe divers désinfectants chimiques à haut niveau disponibles dans le monde, dont:

- Chlore à 0,1% (hypochlorite de sodium)
- Formaldéhyde à 8% (Formalin)
- Glutaraldéhydes à 2%

Bien que les alcools (60 à 90%), l'iode et les iodophores soient peu chers et facilement disponibles, ils ne sont plus classifiés comme désinfectants de haut niveau. Ils ne devraient être utilisés pour la désinfection que lorsque des désinfectants de haut niveau ne sont pas disponibles ou appropriés.

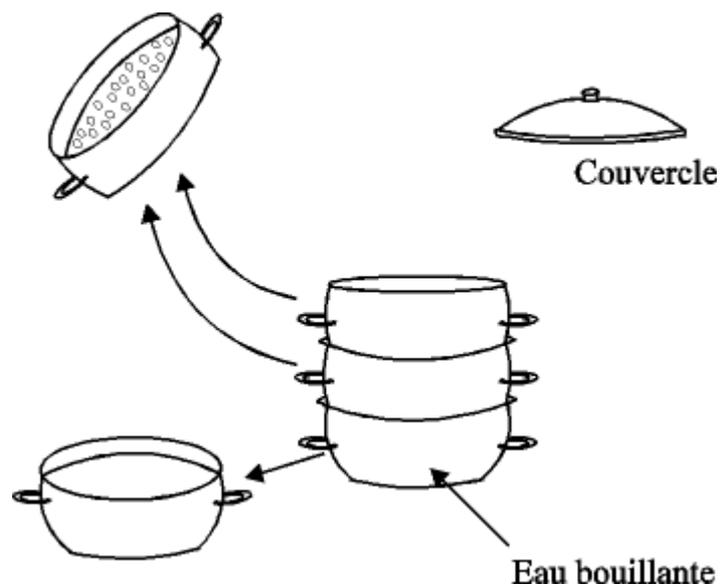
PROCEDURE

- ▶ Après la décontamination, nettoyer soigneusement et sécher tout le matériel et tous les instruments.
- ▶ Couvrir entièrement tous les articles avec la dilution correcte du désinfectant adéquatement emmagasiné.
- ▶ Laisser tremper pendant 20 minutes.
- ▶ Bien rincer avec de l'eau bouillie et laisser sécher à l'air libre.
- ▶ Conserver pendant 1 semaine maximum dans un bac désinfecté, couvert ou utiliser rapidement.
- ▶ Pour préparer un bac désinfecté à haut niveau, le faire bouillir (s'il est petit) ou le remplir avec une solution chlorée à 0,5% et laisser tremper pendant 20 minutes. (La solution chlorée peut être ensuite transférée dans un conteneur en plastique et réutilisée.) Rincer soigneusement l'intérieur avec de l'eau bouillie. Laisser sécher à l'air libre avant utilisation.

Encore il est IMPERATIVE que les prestataires *TOP Réseau* pratiquent l'hygiène comme décrite dans ce manuel. Chaque étape est très nécessaire et surtout il est très important de comprendre que la décontamination et le nettoyage est impératif avant l'étape finale de stérilisation ou décontamination à haut niveau. Chaque étape est un peu plus efficace que le précédant en traitent les instruments, comme décrit si dessous :

Tableau : Efficacité des Méthodes de Traitement d'Instruments

METHODE	EFFICACITE (suppression ou inactivation des microbes)	POINT FINAL
Décontamination	Tue le VHB et le VIH	Tremper 10 minutes
Nettoyage (eau seulement)	Jusqu'à 50%	Jusqu'à ce que visiblement propre
Nettoyage (détergent et rincer avec de l'eau)	Jusqu'à 80%	Jusqu'à ce que visiblement propre
Stérilisation*	100%	Vapeur à haute pression (autoclave), chaleur sèche ou traitement chimique
Désinfection à haut niveau*	95% (n'inactive pas certaines endospores)	Bouillir (voir ci-dessous), vapeur ou traitement chimique

Figure : Marmite à vapeur utilisée pour la DHN⁵

⁵ John Hopkins University

ACTION 3 : Utiliser uniquement des aiguilles hypodermiques et seringues stériles et les utiliser se disposer d'eux convenablement. A fin d'être sûr de ne pas causer une infection bactérienne ni de transmettre une maladie d'un client à un autre. Les prestataires de *TOP Réseau* sont requis d'assurer la stérilité de leur matériel d'injection ainsi que de la disposition sûre de ces matériels. Quelques conseils à ce sujet sont inclus dans le tableau ci-dessous.

Tableau : Conseils de sécurité lorsqu'on utilise des aiguilles hypodermiques et des seringues	
■	Utiliser chaque aiguille et seringue une seule fois.
■	Ne pas séparer aiguille et seringue après utilisation.
■	Ne pas remettre le capuchon, tordre ou casser les aiguilles avant de les jeter
■	Décontaminer l'aiguille et la seringue avant de les jeter.
■	Mettre l'aiguille et la seringue dans un récipient ne pouvant être troué.
■	Rendre les aiguilles hypodermiques inutilisables en les brûlant.

ACTIONS 4 et 5 : Retirer les médicaments injectables sûrement et préparer bien la peau avant d'injecter. Ce n'est pas seulement le matériel d'injection qui doit être stérile et sûr pour administrer sûrement un médicament injectable, mais dans le cas d'un médicament venant en flacons ou fioles multi doses, la préparation de cette fiole est aussi nécessaire. En plus il faut bien préparer la peau du client avant d'injecter à fin de ne pas faire pénétrer auprès de la peau des infections et saletés qui peuvent être présents sur sa peau. Les tableaux ci-dessous donnent des suggestions relatives à ces deux sujets.

Tableau: Comment Retirer un Médicament d'Une Fiole Multi dose Stérile	
■	Essuyez le haut de la fiole avec un coton trempé dans l'alcool à 60-90% ou autre désinfectant disponible localement. Laissez sécher.
■	Si vous utilisez une nouvelle aiguille et seringue jetable, ouvrez le paquet stérile.
■	Si vous utilisez une aiguille et une seringue stériles ou désinfectées à haut niveau, retirez-les du bac couvert en utilisant des pinces sèches, stériles ou désinfectées à haut niveau.
■	Ne jamais utiliser une seringue pour plus d'une injection. Des études ont montré qu'en changeant uniquement l'aiguille et non la seringue, d'un client à l'autre, on court le risque de transmettre le virus de l'hépatite B et peut-être le VIH/SIDA.
■	Attacher l'aiguille à la seringue en tenant la garde (base) de l'aiguille et la pompe de la seringue.
■	Retourner la fiole contenant le médicament et aspirer le liquide dans la seringue en utilisant la même aiguille que vous utiliserez pour l'injection.
■	Retirer l'aiguille de la fiole.
■	Ne pas laisser une aiguille insérée dans l'arrêt en caoutchouc d'une fiole multi dose. Cette pratique est dangereuse car c'est une route directe d'introduction pour les bactéries dans la fiole de médicaments qui peuvent contaminer le liquide entre chaque utilisation.

Tableau: Etapes de préparation de la peau avant les injections	
ETAPE 1:	Avant de nettoyer la peau avec un antiseptique, enlevez toutes les saletés visibles du site de l'injection proposée.
ETAPE 2:	Avec un antiseptique appliqué sur une boule de coton, essuyez soigneusement le site de l'injection en faisant des mouvements circulaires répétés qui se chevauchent en commençant au centre.