

---

11-1-2020

## **Douze indicateurs du CSC pour la planification familiale: fiches de référence des indicateurs**

Breakthrough RESEARCH

Follow this and additional works at: [https://knowledgecommons.popcouncil.org/focus\\_sexual-health-repro-choice](https://knowledgecommons.popcouncil.org/focus_sexual-health-repro-choice)

**How does access to this work benefit you? Click here to let us know!**

---

### **Recommended Citation**

Breakthrough RESEARCH. 2020. « Douze indicateurs du CSC pour la planification familiale: fiches de référence des indicateurs, » Note de recherche programmatique. Washington, DC: Population Council.

This Brief is brought to you for free and open access by the Population Council.

# Douze indicateurs du CSC recommandés pour la planification familiale: Fiches de référence des indicateurs

Ce document présente 12 fiches de référence pour accompagner la note sur les « **Douze indicateurs CSC recommandés pour la planification familiale** ». Les fiches de référence des indicateurs aident les administrateurs de programme à définir des indicateurs mesurables des succès et des échecs de leurs programmes, elles garantissent la qualité des données, et aident les utilisateurs à interpréter correctement les données générées par une organisation. Les fiches de référence proposées pour les indicateurs **adaptés de la banque d'indicateurs du changement social et comportemental (CSC) pour la prestation de services de planification familiale (PF)** aideront les pays, les bailleurs de fonds et les partenaires de mise en œuvre à renforcer leur mesure des activités et des programmes de CSC pour l'apprentissage continu, l'amélioration de la programmation, et le plaidoyer accru en faveur d'un investissement plus élevé.

Avant d'adopter ces 12 indicateurs, les administrateurs de programme peuvent examiner les données existantes ou conduire des recherches formatives pour choisir les composantes conceptuelles les plus pertinentes pour leur pays et contextes d'intervention. Ces 12 indicateurs proposés sont décrits de manière suffisamment détaillée pour faciliter la collecte standardisée. Ces fiches de référence ont pour but de guider les administrateurs de programme et les ministères de la santé en facilitant leur utilisation dans le cadre des systèmes de suivi de la PF. Une série de questions sont incluses pour aider les administrateurs de programme à adapter ces indicateurs.

## Ressources complémentaires :

- **USAID Performance Indicator Reference Sheet (PIRS) Guidance & Template**
- Compass for SBC how-to guides : **How to develop Indicators**
- **The Family Planning and Reproductive Health Indicators Database**. Measure Evaluation
- Croft, Trevor N. et al. 2018. **Guide to DHS Statistics**. Rockville, Maryland, USA : ICF.

BREAKTHROUGH RESEARCH NOTE DE RECHERCHE PROGRAMMATIQUE | SEPTEMBRE 2020

### Douze indicateurs CSC recommandés pour la planification familiale

La présente note décrit 12 indicateurs alignés sur le modèle représentatif d'interventions sur le changement social et comportemental (CSC) que les pays et les programmes peuvent envisager d'adopter pour le suivi et l'évaluation de leurs programmes de planification familiale (PF). Les indicateurs recommandés peuvent aider les pays, les donateurs et les partenaires d'exécution à mieux mesurer le CSC et à accroître la performance de leurs programmes.

Un nombre croissant de données probantes suggère que les interventions en matière de CSC augmentent l'utilisation de contraceptifs modernes en général, au final, des retours sur investissements en PF. Ces données factuelles suggèrent que les interventions en matière de CSC peuvent directement accroître l'adhésion à la contraception et en accroître l'usage par des moyens qui prennent en compte des indicateurs intermédiaires, tels que les attitudes et les croyances en matière de CSC, sont toutefois plus efficaces que d'autres et leur efficacité varie en fonction du taux actuel de prévalence contraceptive moderne et des connaissances, attitudes, croyances et perceptions intermédiaires des risques.

**PRINCIPAUX MESSAGES**

- La mesure du CSC permet aux programmes de s'engager dans un apprentissage et des améliorations continus et de démontrer en quoi les interventions en matière de CSC amélioreront les résultats souhaités. En outre, elle prouve l'efficacité du CSC dans la mobilisation de futurs investissements.
- Les pays et les programmes doivent envisager d'adopter des indicateurs alignés sur leurs cadres CSC, tels que le modèle représentatif qui décrit les étapes du processus d'innovation-décision préalable au changement comportemental.
- Nous proposons 12 indicateurs que les programmes peuvent éventuellement adopter pour le suivi et l'évaluation des programmes CSC.

Un nombre croissant de données probantes suggère que les interventions en matière de CSC augmentent l'utilisation de contraceptifs modernes en général, au final, des retours sur investissements

**Figure 1. Modèle représentatif des interventions en matière de CSC**

Source : Adapté de Kircald, D. L. 2000. "Social networks, ideation, and contraceptive behavior in Bangladesh: a longitudinal analysis." *Social Science & Medicine* 50(2): 213-31.

USAID FROM THE AMERICAN PEOPLE Tulane University POPULATION COUNCIL Ideas. Evidence. Impact. Breakthrough RESEARCH FOR SOCIAL & BEHAVIOR CHANGE

## INDICATEUR 1 : NOMBRE DE DÉCIDEURS CONTACTÉS PAR LE BIAIS D'ACTIVITÉS DE PLAIDOYER SUR LA PF

<b>Résultat mesuré</b>	Exposition à la programmation relative au CSC sur la PF—résultat
<b>But</b>	Permet au projet de comprendre dans quelle mesure le public cible en particulier ceux qui sont en position de prendre des décisions sur la programmation sur le CSC dans une communauté, un pays ou une région, sont exposés à des activités de plaidoyer sur le CSC.
<b>Définition(s) précise(s)</b>	<p>Les projets doivent décider :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Qui est décideur et quels critères seront utilisés pour le déterminer pendant le projet?</b> Les décideurs peuvent inclure les fonctionnaires qui établissent des politiques, le personnel qui autorise la conception et la mise en œuvre de programmes de CSC ou ceux qui exécutent les politiques de CSC.</li><li>• <b>Comment ce projet définit-il les activités de plaidoyer?</b> Les activités de plaidoyer peuvent inclure les activités ayant pour but d'acquérir des connaissances et des compétences de communication (renforcement de capacités) afin de plaider pour les programmes de PF, de même que les activités liées au renforcement des relations et la coordination de programmes de PF parmi les décideurs.</li></ul>
<b>Unité</b>	Personnes
<b>Type de données</b>	Integer
<b>Numérateur</b>	NA
<b>Dénominateur</b>	NA
<b>Ventilation</b>	Région, type de décideur (communautaire, gouvernement, religieux, etc.), sexe du décideur
<b>Fréquence de la collecte de données</b>	Mensuelle ou trimestrielle
<b>Source de données</b>	Systèmes de suivi des programmes
<b>Méthode de mesure</b>	Rapports trimestriels, registres des activités
<b>Limitation connue des données</b>	<p>Les projets doivent évaluer les limitations des données utilisées pour construire cet indicateur :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cet indicateur ne tient compte ni du degré ni de la qualité des activités de plaidoyer.</li><li>• Cet indicateur ne précise pas combien de personnes sont plus impactées par les actions des décideurs.</li><li>• Cet indicateur ne tient pas compte de ce que les décideurs ont fait ou des décisions prises.</li><li>• Cet indicateur ne précise pas combien d'opinions, d'intentions ou de comportements ont changé en raison des actions des décideurs.</li></ul>
<b>Changements apportés à l'indicateur</b>	Les projets doivent documenter (notamment la date) tous les moyens par lesquels ils adaptent cet indicateur, qui permettront aux projets et à leurs parties prenantes de mieux interpréter des données courantes à plus long terme.
<b>Dernière mise à jour</b>	

## INDICATEUR 2 : POURCENTAGE DU PUBLIC CIBLE QUI SE SOUVIENT AVOIR ENTENDU OU VU UN MESSAGE, UNE CAMPAGNE OU UNE INITIATIVE DE COMMUNICATION SUR LA PF

<b>Résultat mesuré</b>	Exposition à la programmation relative au CSC sur la PF—résultat
<b>But</b>	Permet au projet de comprendre dans quelle mesure un public cible susceptible d'être exposé aux messages de CSC sur la PF peut se souvenir de cette exposition.
<b>Définition(s) précise(s)</b>	<p>Les projets doivent décider :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Qui est le public cible?</b> Tous les hommes ou les femmes (mariés ou non mariés) âgés de 15 à 49 ans qui pourraient avoir entendu des messages, des campagnes ou une initiative de communication sur la PF.</li> <li>• <b>Quel message de PF?</b> Cet indicateur mesurera-t-il le souvenir du nom d'une marque, d'un signal, d'un slogan, d'un appel à l'action ou du principal message d'une campagne?</li> <li>• <b>Quels canaux peuvent être ajoutés?</b> Les canaux dépendent du message (par ex., où le message a-t-il été diffusé ?) et peuvent inclure la radio, la télévision, les réseaux sociaux, la presse écrite, les événements communautaires, la communication interpersonnelle (CIP) avec des prestataires de soins, etc.</li> <li>• <b>Quel est l'intervalle de temps le plus instructif et viable pour la responsabilisation et la prise de décision?</b> La période peut se situer dans le mois, voire les 3, 6 ou les 12 mois précédents.</li> </ul>
<b>Unité</b>	Personnes
<b>Type de données</b>	Pourcentage
<b>Numérateur</b>	Nombre total de membres du public cible qui se souviennent avoir entendu ou vu un message, une campagne ou une initiative de communication sur la PF
<b>Dénominateur</b>	Nombre total de membres du public cible interrogés
<b>Ventilation</b>	Sexe, âge, région, canal
<b>Fréquence de la collecte de données</b>	Annuelle, semestrielle ou trimestrielle
<b>Source de données</b>	Enquête auprès des ménages, enquête téléphonique, enquête par SMS, enquête via les réseaux sociaux
<b>Méthode de mesure</b>	<p>Enquête longitudinale ou transversale répétée</p> <p>Exemple de question : Au cours du dernier mois, avez-vous vu, entendu ou reçu des messages sur la PF, de quelle qu'en soit la source?</p> <p>Exemple de question : Au cours du dernier mois, avez-vous vu, entendu ou reçu des messages liés à [insérer le nom d'une marque, un signal, un slogan, un appel à l'action ou un des principaux messages d'une campagne]?</p>
<b>Limitation connue des données</b>	<p>Les projets doivent déterminer les limitations des données utilisées pour construire cet indicateur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cet indicateur ne tient pas compte de la compréhension du message, de la campagne ou de l'initiative de communication sur la PF.</li> <li>• Pour les périodes qui remontent à plus longtemps, il est possible que les bénéficiaires ne se souviennent pas précisément de l'exposition aux messages, aux campagnes ou initiatives sur la PF.</li> <li>• Les participant-e-s peuvent indiquer se souvenir d'un message même si ce n'était pas le cas, en raison des biais de désirabilité sociale.</li> <li>• Les participant-e-s qui sont motivé-e-s (par ex. en raison de l'intérêt pour la PF) peuvent être plus susceptibles de se souvenir des messages que ceux-celles qui sont moins intéressé-e-s ou qui sont opposé-e-s à la PF.</li> </ul>
<b>Changements apportés à l'indicateur</b>	Les projets doivent documenter (notamment la date) tous les moyens par lesquels ils adaptent cet indicateur, qui permettront aux projets et à leurs parties prenantes de mieux interpréter des données courantes à plus long terme.
<b>Dernière mise à jour</b>	

### INDICATEUR 3 : NOMBRE DE PRESTATAIRES DE SERVICES FORMÉS EN CIP POUR LES CONSEILS EN PF

<b>Résultat mesuré</b>	Exposition à la programmation relative au CSC sur la PF—résultat
<b>But</b>	Permet au projet de comprendre dans quelle mesure un public cible susceptible d'être exposé à la formation sur la CIP sur la PF.
<b>Définition(s) précise(s)</b>	<p>Les projets doivent décider :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Qui est inclus en tant que prestataire de services?</b> La catégorie de prestataire de services peut inclure les personnes qui fournissent des services de santé préventive ou curative dans le secteur public ou privé, dans un établissement ou communautaire, formé ou non, rémunéré ou volontaire.</li> <li>• <b>Qu'est-ce que la formation sur la CIP?</b> La formation sur la CIP peut comprendre des sessions en groupe ou individuelles, dans le but d'améliorer les connaissances et les compétences des prestataires pour la participation des patient-e-s et des client-e-s.</li> <li>• <b>Quelle période est la plus instructive et faisable pour la responsabilisation et la prise de décision?</b> La période peut se situer dans le mois voire les 3, 6 ou les 12 mois précédents. Les projets doivent veiller à ce que la période de l'indicateur soit alignée sur la fréquence de la collecte de données pour éviter la duplication des comptages.</li> </ul>
<b>Unité</b>	Personnes
<b>Type de données</b>	Integer
<b>Numérateur</b>	NA
<b>Dénominateur</b>	NA
<b>Ventilation</b>	Sexe, région, type d'établissement, type de prestataire, secteur sanitaire (public ou privé)
<b>Fréquence de la collecte de données</b>	Annuelle, semestrielle ou trimestrielle
<b>Source de données</b>	Systèmes de suivi des programmes
<b>Méthode de mesure</b>	Rapports des programmes et de formation, registres de formation
<b>Limitation connue des données</b>	<p>Les projets doivent déterminer les limitations des données utilisées pour construire cet indicateur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cet indicateur ne tient pas compte de la quantité (ampleur, profondeur) ou de la qualité des activités sur la CIP, à moins que les éléments de ces activités ne soient intégrés dans la définition de ce qui constitue l'activité (c'est-à-dire une activité durant X lorsque les prestataires ont assisté à au moins Y heures et ont réussi une évaluation post-formation).</li> <li>• Cet indicateur ne tient pas compte du degré d'intégration ultérieure de la formation par les prestataires dans leurs comportements et pratiques.</li> <li>• Cet indicateur ne tient pas compte de l'impact des activités de formation sur la CIP sur les résultats des bénéficiaires.</li> </ul>
<b>Changements apportés à l'indicateur</b>	Les projets doivent documenter (notamment la date) tous les moyens par lesquels ils adaptent cet indicateur, qui permettront aux projets et à leurs parties prenantes de mieux interpréter des données courantes à plus long terme.
<b>Dernière mise à jour</b>	

## INDICATEUR 4 : POURCENTAGE DU PUBLIC CIBLE CONNAISSANT AU MOINS TROIS MÉTHODES DE PF MODERNE

<b>Résultat mesuré</b>	Connaissance de la PF—résultats intermédiaires du CSC
<b>But</b>	La mesure des connaissances en matière de méthodes de PF au sein du public cible permettra au projet de mesurer les facteurs relatifs aux connaissances contribuant à des résultats comportementaux, et cette information peut aussi aider les exécutants à prioriser les facteurs intermédiaires pour la correction de cap du programme.
<b>Définition(s) précise(s)</b>	<p>Les projets doivent décider :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Qui est le public cible?</b> Par exemple, les hommes et les femmes âgés de 15 à 49 ans.</li> <li>• <b>Les méthodes modernes comprennent :</b> L'aménorrhée lactationnelle (LAM), la méthode des jours fixes, les préservatifs, le diaphragme, la contraception d'urgence, les contraceptifs oraux (pilules), les injectables, les implants, le dispositif intrautérin (DIU), la ligature des trompes et la vasectomie. Les noms de marque de méthodes contraceptives modernes, comme Sayana Press, identifiés par les individus, seront considérés comme l'identification d'une méthode de PF moderne.</li> </ul>
<b>Unité</b>	Personnes
<b>Type de données</b>	Pourcentage
<b>Numérateur</b>	Nombre total de membres du public cible qui connaissent au moins 3 méthodes modernes de PF
<b>Dénominateur</b>	Nombre total de membres du public cible interrogés
<b>Ventilation</b>	Situation matrimoniale, sexe, région, âge
<b>Fréquence de la collecte de données</b>	Annuelle, semestrielle ou trimestrielle
<b>Source de données</b>	Enquête auprès des ménages, enquête téléphonique, enquête par SMS, enquête via les réseaux sociaux
<b>Méthode de mesure</b>	<p>Enquête longitudinale ou transversale répétée</p> <p>Exemple de question : De quelles méthodes de PF avez-vous entendu parler?</p>
<b>Limitation connue des données</b>	<p>Les projets doivent déterminer les limitations des données utilisées pour construire cet indicateur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cet indicateur ne tient pas compte des connaissances correctes à propos des caractéristiques (par exemple, l'efficacité, les effets secondaires, le mécanisme d'action) ou l'utilisation de méthodes de PF modernes.</li> <li>• Cet indicateur tient compte du souvenir spontané mais il ne tient pas compte de la reconnaissance des méthodes de PF si cela est demandé.</li> </ul>
<b>Changements apportés à l'indicateur</b>	Les projets doivent documenter (notamment la date) tous les moyens par lesquels ils adaptent cet indicateur, qui permettront aux projets et à leurs parties prenantes de mieux interpréter des données courantes à plus long terme.
<b>Dernière mise à jour</b>	

## INDICATEUR 5 : POURCENTAGE DU PUBLIC CIBLE AYANT DES ATTITUDES FAVORABLES À L'ÉGARD DES MÉTHODES DE PF MODERNES

<b>Résultat mesuré</b>	Attitudes à l'égard de la PF—résultat intermédiaire du CSC
<b>But</b>	La mesure des attitudes des individus parmi les populations clés de la zone du projet, à l'égard de la PF permettra au projet d'évaluer les facteurs comportementaux qui contribuent aux résultats comportementaux, et cette information peut aussi aider les exécutants à prioriser les facteurs intermédiaires pour la correction de cap du programme.
<b>Définition(s) précise(s)</b>	<p>Les projets doivent décider :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Qui est le public cible?</b> Il pourrait s'agir des hommes et des femmes âgés de 15 à 49 ans, par exemple</li> <li>• <b>Qu'est-ce qui constitue une attitude favorable à l'égard des méthodes de PF modernes?</b> Une attitude favorable est une évaluation positive de la PF suscitée par les croyances, les expériences ou les émotions.</li> <li>• <b>Les méthodes modernes comprennent :</b> L'aménorrhée lactationnelle (LAM), la méthode des jours fixes, les préservatifs, le diaphragme, la contraception d'urgence, les contraceptifs oraux (pilules), les injectables, les implants, les dispositifs intrautérin (DIU), la ligature des trompes et la vasectomie. Les noms de marque de méthodes contraceptives modernes, comme Sayana Press, identifiés par les individus, seront considérés comme une méthode de PF moderne.</li> </ul>
<b>Unité</b>	Personnes
<b>Type de données</b>	Pourcentage
<b>Numérateur</b>	Nombre total de membres de la population cible ayant une attitude positive à l'égard de la PF et des méthodes de PF
<b>Dénominateur</b>	Nombre total de membres du public cible interrogés
<b>Ventilation</b>	Situation matrimoniale, sexe, région, âge
<b>Fréquence de la collecte de données</b>	Annuelle, semestrielle ou trimestrielle
<b>Source de données</b>	Enquête auprès des ménages, enquête téléphonique, enquête par SMS, enquête via les réseaux sociaux
<b>Méthode de mesure</b>	<p>Enquête longitudinale ou transversale répétée</p> <p>Exemple de question : Êtes-vous tout à fait d'accord, d'accord, êtes-vous ni d'accord ni pas d'accord, êtes-vous en désaccord ou en fort désaccord avec les déclarations suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Il est acceptable pour un couple d'utiliser des méthodes comme les préservatifs, la pilule ou les injectables pour retarder ou éviter une grossesse.</li> </ul> <p>Note : Le fait de répondre qu'on est tout à fait d'accord ou d'accord pourrait être considéré comme une attitude favorable.</p>
<b>Limitation connue des données</b>	<p>Les projets doivent déterminer les limitations des données utilisées pour construire cet indicateur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dans certains cas, les répondant-e-s peuvent être motivé-e-s pour répondre aux questions comportementales de façon socialement désirable (autrement dit, le biais de désirabilité sociale).</li> </ul>
<b>Changements apportés à l'indicateur</b>	Les projets doivent documenter (notamment la date) tous les moyens par lesquels ils adaptent cet indicateur, qui permettront aux projets et à leurs parties prenantes de mieux interpréter des données courantes à plus long terme.
<b>Dernière mise à jour</b>	

## INDICATEUR 6 : POURCENTAGE DE LA POPULATION CIBLE QUI CROIT QUE LA PLUPART DES PERSONNES DE LEUR COMMUNAUTÉ APPROUVENT QUE DES GENS COMME EUX-ELLES AIENT RECOURS À LA PF

<b>Résultat mesuré</b>	Normes sociales sur la PF—résultats intermédiaires du CSC
<b>But</b>	La mesure des perceptions des individus par rapport aux normes communautaires relatives à l'utilisation de la PF permet au projet de comprendre les facteurs normatifs contribuant aux résultats comportementaux; les normes descriptives font référence aux perceptions des comportements d'autrui ou aux comportements classiques; les normes injonctives font référence aux comportements que les autres devraient avoir ou non. Ces informations peuvent aussi aider les exécutants à prioriser les facteurs intermédiaires pour la correction de cap du programme.
<b>Définition(s) précise(s)</b>	Les projets doivent décider : <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Qui est le public cible?</b> Tous les hommes ou les femmes (mariés ou non mariés) de 15 à 49 ans, les jeunes.</li> <li>• <b>Comment la PF est-elle définie?</b> La PF inclut-elle à la fois les méthodes modernes et traditionnelles?</li> <li>• <b>Qu'est-ce qui constitue une approbation des méthodes de PF modernes?</b> L'approbation est une croyance selon laquelle une chose est bonne ou acceptable.</li> </ul>
<b>Unité</b>	Personnes
<b>Type de données</b>	Pourcentage
<b>Numérateur</b>	Nombre total de membres du public cible qui croient que dans leur communauté certaines personnes approuvent l'utilisation de la PF
<b>Dénominateur</b>	Nombre total de membres du public cible interrogés
<b>Ventilation</b>	Situation matrimoniale, sexe, région, âge
<b>Fréquence de la collecte de données</b>	Annuelle, semestrielle ou trimestrielle
<b>Source de données</b>	Enquête auprès des ménages, enquête téléphonique, enquête par SMS, enquête via les réseaux sociaux
<b>Méthode de mesure</b>	Enquête longitudinale ou transversale répétée  Exemple de question : Veuillez nous dire si vous êtes tout à fait d'accord, d'accord, ou si vous n'êtes ni d'accord ni pas d'accord, si vous n'êtes pas d'accord ou si vous n'êtes pas du tout d'accord avec les déclarations suivantes : <ul style="list-style-type: none"> <li>• La plupart des personnes de votre communauté approuvent que des personnes comme vous aient recours aux méthodes de PF.</li> <li>• La plupart des personnes de votre communauté croient que l'utilisation de méthodes de PF est sûre.</li> <li>• La plupart des personnes de votre communauté croient que les méthodes de PF sont efficaces pour prévenir les grossesses non désirées.</li> </ul>
<b>Limitation connue des données</b>	Les projets doivent déterminer les limitations des données utilisées pour construire cet indicateur : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les normes sociales sont souvent intangibles et difficiles à mesurer, et la mesure est incomplète en l'absence de la prise en compte des récompenses et des conséquences du suivi ou non des normes sociales. Les mesures composées de questions d'une enquête distinctes sont limitées à la prise en compte de normes sociales. Pour plus d'informations, veuillez vous référer à : <b>Learning Collaborative to Advance Normative Change. 2019. «Resources for measuring social norms : A practical guide for program implementers. » Washington, DC : Institute for Reproductive Health, Georgetown University.</b></li> </ul>
<b>Changements apportés à l'indicateur</b>	Les projets doivent documenter (notamment la date) tous les moyens par lesquels ils adaptent cet indicateur, qui permettront aux projets et à leurs parties prenantes de mieux interpréter des données courantes à plus long terme.
<b>Dernière mise à jour</b>	



## INDICATEUR 7 : POURCENTAGE DU PUBLIC CIBLE CONFIAIT DANS SA CAPACITÉ À UTILISER LA PF

<b>Résultat mesuré</b>	Perception du contrôle comportemental ou de l'efficacité de la PF—résultat intermédiaire de CSC
<b>But</b>	La mesure des perceptions des individus concernant le contrôle comportemental en matière d'utilisation de la PF permettra au projet de comprendre les perceptions des individus de l'auto-efficacité et la manière dont ces facteurs contribuent aux résultats comportementaux, parallèlement à l'évaluation de la manière dont les perceptions varient au fil du temps au sein des communautés, et elle peut aider les exécutants à prioriser les facteurs intermédiaires pour la correction de cap du programme.
<b>Définition(s) précise(s)</b>	<p>Les projets doivent décider :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Qui est le public cible?</b> Tous les hommes ou les femmes (mariés ou non mariés) de 15 à 49 ans, les jeunes.</li> <li>• <b>Comment la PF est-elle définie?</b> La PF inclut-elle à la fois les méthodes modernes et traditionnelles? S'il s'agit seulement de méthodes modernes, les méthodes modernes comprennent : l'aménorrhée lactationnelle (LAM), la méthode des jours fixes, les préservatifs, le diaphragme, la contraception d'urgence, les contraceptifs oraux (pilules), les injectables, les implants, le dispositif intrautérin (DIU), la ligature des trompes et la vasectomie. Les noms de marque de méthodes contraceptives modernes, comme Sayana Press, identifiés par les individus, seront considérés comme une méthode de PF moderne.</li> </ul>
<b>Unité</b>	Personnes
<b>Type de données</b>	Pourcentage
<b>Numérateur</b>	Nombre total de membres du public cible qui ont dit avoir confiance dans leur capacité à recourir à la PF
<b>Dénominateur</b>	Nombre total de membres du public cible interrogés
<b>Ventilation</b>	Situation matrimoniale, sexe, région, âge
<b>Fréquence de la collecte de données</b>	Annuelle, semestrielle ou trimestrielle
<b>Source de données</b>	Enquête auprès des ménages, enquête téléphonique, enquête par SMS, enquête via les réseaux sociaux
<b>Méthode de mesure</b>	<p>Enquête longitudinale ou transversale répétée.</p> <p>Exemple de question : Dans quelle mesure êtes-vous sûr-e-s de pouvoir utiliser une méthode de PF moderne pour l'espacement ou la limitation des naissances, si vous choisissiez de le faire? Totalement sûr-e-s, modérément sûr-e-s, légèrement sûr-e-s, pas sûr-e-s?</p>
<b>Limitation connue des données</b>	<p>Les projets doivent déterminer les limitations des données utilisées pour construire cet indicateur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'indicateur est basé sur l'autoévaluation des capacités qui peuvent se développer ou non avec l'expérience. Cet indicateur ne tient pas compte des capacités réelles ou de la bonne utilisation des méthodes de PF par les répondant-e-s.</li> <li>• L'auto-efficacité peut être influencée par les compétences et la motivation.</li> </ul>
<b>Changements apportés à l'indicateur</b>	Les projets doivent documenter (notamment la date) tous les moyens par lesquels ils adaptent cet indicateur, qui permettront aux projets et à leurs parties prenantes de mieux interpréter des données courantes à plus long terme.
<b>Dernière mise à jour</b>	

## INDICATEUR 8 : POURCENTAGE DU PUBLIC CIBLE QUI ONT DISCUTÉ DE LA PF AVEC LEUR CONJOINT-E OU PARTENAIRE

<b>Résultat mesuré</b>	Communication entre conjoints sur la PF—résultat intermédiaire du CSC
<b>But</b>	La mesure de la communication entre conjoints sur la PF et l'utilisation de la PF permettront au projet de comprendre les comportements intermédiaires qui conduisent aux résultats comportementaux relatifs à la PF et de comprendre comment les comportements intermédiaires changent au fil du temps dans une zone cible. Ces informations peuvent aussi aider les exécutants à prioriser les facteurs intermédiaires pour la correction de cap du programme.
<b>Définition(s) précise(s)</b>	<p>Les projets doivent décider :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Qui est le public cible?</b> Par exemple : Tous les hommes ou les femmes (mariés ou non mariées) de 15 à 49 ans.</li> <li>• <b>Comment la PF est-elle définie?</b> La PF inclut-elle à la fois les méthodes modernes et traditionnelles?</li> <li>• <b>La discussion de la PF</b> avec un-e partenaire sexuel-le ou un membre du ménage peut résulter d'une conversation planifiée ou spontanée à propos de l'utilisation de méthodes de PF ou de la PF, au moins une occurrence, indépendamment de la durée ou du résultat de la conversation.</li> <li>• <b>Quel est l'intervalle de temps le plus instructif et faisable pour les tendances de suivi et la prise de décision?</b> La période peut être modifiée pour se situer dans le mois voire les 3, 6 ou les 12 mois précédents.</li> </ul>
<b>Unité</b>	Personnes
<b>Type de données</b>	Pourcentage
<b>Numérateur</b>	Nombre total de membres de la population cible qui ont discuté de la PF avec un-e conjoint-e ou un-e-partenaire pendant les 12 mois qui ont précédé l'enquête
<b>Dénominateur</b>	Nombre total de membres du public cible interrogés
<b>Ventilation</b>	Situation matrimoniale, sexe, région, âge
<b>Fréquence de la collecte de données</b>	Annuelle, semestrielle ou trimestrielle
<b>Source de données</b>	Enquête auprès des ménages, enquête téléphonique, enquête par SMS, enquête via les réseaux sociaux
<b>Méthode de mesure</b>	<p>Enquête longitudinale ou transversale répétée.</p> <p>Exemple de question : Avez-vous évoqué la PF avec votre conjoint-e ou partenaire au cours des 12 derniers mois?</p>
<b>Limitation connue des données</b>	<p>Les projets doivent déterminer les limitations des données utilisées pour construire cet indicateur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plus l'intervalle de temps établi est long, plus les répondant-e-s sont susceptibles d'être sujet-te-s au biais lié au souvenir.</li> <li>• Les personnes qui ont déjà recours à la PF ou ont des attitudes favorables à l'égard de la PF peuvent davantage se souvenir de conversations par rapport à celles qui ne sont pas des utilisatrices à l'heure actuelle.</li> <li>• L'indicateur ne tient pas compte de la profondeur ou de l'ampleur de la communication sur la PF, ou du fait que les attitudes ou les croyances exprimées par une des deux parties étaient positives ou négatives.</li> </ul>
<b>Changements apportés à l'indicateur</b>	Les projets doivent documenter (notamment la date) tous les moyens par lesquels ils adaptent cet indicateur, qui permettront aux projets et à leurs parties prenantes de mieux interpréter des données courantes à plus long terme.
<b>Dernière mise à jour</b>	

## INDICATEUR 9 : POURCENTAGE DE NON-UTILISATEUR-TRICE-S ENVISAGEANT D'ADOPTER UNE MÉTHODE DE PF MODERNE À L'AVENIR

<b>Résultat mesuré</b>	Intention comportementale—résultat intermédiaire du CSC
<b>But</b>	Mesurer l'intention de changer de comportement en matière de PF par rapport à l'utilisation de PF moderne et la façon dont les intentions changent au sein des communautés.
<b>Définition(s) précise(s)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Non-utilisateur-trice-s</b> : Personnes qui n'utilisent pas de PF ou utilisent des méthodes de PF traditionnelle au moment de l'enquête.</li> <li>• <b>Envisage d'adopter une méthode de PF moderne</b> : Personnes qui croient qu'elles utiliseront une méthode de PF moderne à l'avenir. Personnes qui croient qu'elles utiliseront une méthode de PF moderne à l'avenir.</li> <li>• <b>Les méthodes modernes comprennent</b> : L'aménorrhée lactationnelle (LAM), la méthode des jours fixes, les préservatifs, le diaphragme, la contraception d'urgence, les contraceptifs oraux (pilules), les injectables, les implants, les dispositifs intrautérin (DIU), la ligature des trompes et la vasectomie. Les noms de marque de méthodes contraceptives modernes, comme Sayana Press, identifiés par les individus, seront considérés comme une méthode de PF moderne.</li> </ul>
<b>Unité</b>	Personnes
<b>Type de données</b>	Pourcentage
<b>Numérateur</b>	Nombre total de membres de la population cible qui n'utilisent pas une méthode de PF moderne mais qui envisagent d'adopter une méthode à l'avenir
<b>Dénominateur</b>	Nombre total de membres du public cible interrogés
<b>Ventilation</b>	Situation matrimoniale, sexe, région, âge
<b>Fréquence de la collecte de données</b>	Annuelle, semestrielle ou trimestrielle
<b>Source de données</b>	Enquête auprès des ménages, enquête téléphonique, enquête par SMS, enquête via les réseaux sociaux
<b>Méthode de mesure</b>	<p>Enquête longitudinale ou transversale répétée. Exemple de question :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensez-vous que vous ou votre partenaire utiliserez une méthode contraceptive pour retarder ou éviter la grossesse à tout moment à l'avenir?</li> </ul>
<b>Limitation connue des données</b>	<p>Les projets doivent déterminer les limitations des données utilisées pour construire cet indicateur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'intention d'utiliser une méthode ne se traduira pas directement par l'utilisation future.</li> <li>• Les questions d'entretien liées à l'intention peuvent être sujettes au biais de désirabilité sociale.</li> </ul>
<b>Changements apportés à l'indicateur</b>	Les projets doivent documenter (notamment la date) tous les moyens par lesquels ils adaptent cet indicateur, qui permettront aux projets et à leurs parties prenantes de mieux interpréter des données courantes à plus long terme.
<b>Dernière mise à jour</b>	

## INDICATEUR 10 : POURCENTAGE DU PUBLIC CIBLE UTILISANT ACTUELLEMENT UNE MÉTHODE DE PF MODERNE PF

<b>Résultat mesuré</b>	Résultat comportemental
<b>But</b>	Mesurer le changement comportemental en matière d'utilisation de la PF au sein des communautés.
<b>Définition(s) précise(s)</b>	<p>Les projets doivent décider :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Qui est le public cible?</b> Tous les hommes ou les femmes (mariés ou non mariées) de 15 à 49 ans, les jeunes.</li> <li>• <b>Les méthodes modernes comprennent :</b> L'aménorrhée lactationnelle (LAM), la méthode des jours fixes, les préservatifs, le diaphragme, la contraception d'urgence, les contraceptifs oraux (pilules), les injectables, les implants, les dispositifs intrautérin (DIU), la ligature des trompes et la vasectomie. Les noms de marque de méthodes contraceptives modernes, comme Sayana Press, identifiés par les individus, seront considérés comme une méthode de PF moderne.</li> </ul>
<b>Unité</b>	Personnes
<b>Type de données</b>	Pourcentage
<b>Numérateur</b>	Nombre total de membres du public cible utilisant actuellement une méthode de PF moderne
<b>Dénominateur</b>	Nombre total de membres du public cible interrogés
<b>Ventilation</b>	Situation matrimoniale, sexe, région, âge
<b>Fréquence de la collecte de données</b>	Annuelle, semestrielle ou trimestrielle
<b>Source de données</b>	Enquête auprès des ménages, enquête téléphonique, enquête par SMS, enquête via les réseaux sociaux
<b>Méthode de mesure</b>	<p>Enquête longitudinale ou transversale répétée. Exemples de question :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vous ou votre partenaire faites-vous actuellement quelque chose ou utilisez-vous une méthode pour retarder ou éviter une grossesse?</li> <li>• Quelles méthodes de PF utilisez-vous à l'heure actuelle?</li> </ul>
<b>Limitation connue des données</b>	<p>Les projets doivent déterminer les limitations des données utilisées pour construire cet indicateur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'utilisation actuelle peut être insuffisamment signalée si une femme cache l'utilisation de la PF à son partenaire.</li> </ul>
<b>Changements apportés à l'indicateur</b>	Les projets doivent documenter (notamment la date) tous les moyens par lesquels ils adaptent cet indicateur, qui permettront aux projets et à leurs parties prenantes de mieux interpréter des données courantes à plus long terme.
<b>Dernière mise à jour</b>	

## INDICATEUR 11 : POURCENTAGE D'UTILISATEUR-RICE-S DE MÉTHODES DE PF MODERNES ENVISAGEANT DE CONTINUER À UTILISER UNE MÉTHODE DE PF MODERNE

<b>Résultat mesuré</b>	Intention comportementale—résultats intermédiaires du CSC
<b>But</b>	Mesurer l'intention de continuer l'utilisation de PF moderne, bien que ce ne soit pas nécessairement la poursuite d'une méthode, et la manière dont l'intention varie au fil du temps dans une communauté définie d'utilisateur-riche-s.
<b>Définition(s) précise(s)</b>	<p>Les projets doivent décider :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Qui est le public cible?</b> Par exemple, des hommes et des femmes âgés de 15 à 49 ans qui utilisent actuellement n'importe quelle méthode de PF ou leurs partenaires utilisent actuellement une méthode et disent envisager de continuer à utiliser une méthode.</li> <li>• <b>Les méthodes modernes comprennent :</b> L'aménorrhée lactationnelle (LAM), la méthode des jours fixes, les préservatifs, le diaphragme, la contraception d'urgence, les contraceptifs oraux (pilules), les injectables, les implants, le dispositif intrautérin (DIU), la ligature des trompes et la vasectomie. Les noms de marque de méthodes contraceptives modernes, comme Sayana Press, identifiés par les individus, seront considérés comme une méthode de PF moderne.</li> <li>• <b>Période précise?</b> Dans le mois voire les 3, 6 ou les 12 mois à venir.</li> </ul>
<b>Unité</b>	Personnes
<b>Type de données</b>	Pourcentage
<b>Numérateur</b>	Nombre total de membres du public cible qui utilisent actuellement une méthode de PF moderne et qui envisagent de continuer à utiliser une méthode de PF moderne
<b>Dénominateur</b>	Nombre total de membres du public cible qui utilisent actuellement une méthode de PF moderne qui ont été interrogés.
<b>Ventilation</b>	Situation matrimoniale, sexe, région, âge
<b>Fréquence de la collecte de données</b>	Annuelle, semestrielle ou trimestrielle
<b>Source de données</b>	Enquête auprès des ménages, enquête téléphonique, enquête par SMS, enquête via les réseaux sociaux
<b>Méthode de mesure</b>	<p>Enquête longitudinale ou transversale répétée.</p> <p>Exemple de question : Pensez-vous que vous ou votre partenaire allez continuer d'utiliser votre méthode de PF actuelle pour retarder ou éviter une grossesse?</p> <p>Exemple de question : Pensez-vous que vous ou votre partenaire allez continuer d'utiliser n'importe quelle méthode de PF pour retarder ou éviter une grossesse?</p> <p>Exemple de question : Pensez-vous que vous continuerez d'utiliser [méthode utilisée actuellement] pour retarder ou éviter une grossesse?</p>
<b>Limitation connue des données</b>	<p>Les projets doivent déterminer les limitations des données utilisées pour construire cet indicateur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• L'intention d'utiliser une méthode ne se traduira pas directement par une utilisation future.</li> <li>• Les questions d'entretien liées à l'intention peuvent être sujettes au biais de désirabilité sociale.</li> </ul>
<b>Changements apportés à l'indicateur</b>	Les projets doivent documenter (notamment la date) tous les moyens par lesquels ils adaptent cet indicateur, qui permettront aux projets et à leurs parties prenantes de mieux interpréter des données courantes à plus long terme.
<b>Dernière mise à jour</b>	

## INDICATEUR 12 : COÛT PAR PERSONNE CIBLÉE PAR LES ACTIVITÉS DE CSC

<b>Résultat mesuré</b>	Coût
<b>But</b>	Mesurer les coûts liés aux activités de CSC pour guider la réplication et l'intensification du programme.
<b>Définition(s) précise(s)</b>	<p>Les projets doivent décider :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Comment la portée est-elle définie et mesurée?</b> Il y a de légères variations dans la définition de la portée par activité de CSC et elle peut être élaborée par : Les médias ou les activités communautaires—Coût par personne <i>exposée</i>, qui peut être évalué en fonction des souvenirs ou des calculs déterminés par la consommation des médias ou l'estimation de la taille des publics; CIP—Coût par personne <i>participant</i>, comme la présence à une séance de conseil; et Les messages SMS—Coût par personne <i>contactée</i>.</li> <li>• <b>Quelles sont les composantes d'une approche CSC?</b> Les approches CSC peuvent inclure l'engagement communautaire, les campagnes locales de médias ou des réseaux sociaux, les approches en matière de CIP, le changement de comportement des prestataires, le plaidoyer des parties prenantes, et autres. Les coûts liés aux prestations de services de santé ne seront pas inclus.</li> <li>• <b>Les coûts financiers incluent des coûts</b> liés à la conception, à la planification et à la mise en œuvre des activités de CSC.</li> <li>• <b>Les coûts économiques comprennent les coûts</b> estimés de tout travail, bien, service offert et les coûts d'opportunité.</li> <li>• <b>Les coûts totaux</b> comprennent les coûts financiers et économiques. Des précisions complémentaires sont disponibles dans les <b>SBC Costing Guidelines [Directives sur le chiffrage du CSC]</b>.</li> </ul>
<b>Unité</b>	USD
<b>Type de données</b>	Décimale
<b>Numérateur</b>	Coût total des activités de programme sur le CSC
<b>Dénominateur</b>	Nombre total de membres du public cible atteints par les activités sur le CSC
<b>Ventilation</b>	Région, activité de CSC (type)
<b>Fréquence de la collecte de données</b>	Annuelle
<b>Source de données</b>	Documents comptables, systèmes de comptable et entretiens avec les bénéficiaires
<b>Méthode de mesure</b>	Données sur l'allocation des coûts en fonction du temps, de l'activité et de la catégorie de coût
<b>Limitation connue des données</b>	<p>Les projets doivent déterminer les limitations des données utilisées pour construire cet indicateur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les systèmes financiers ne permettent pas toujours la ventilation par type d'approche de CSC ou d'activité.</li> <li>• Des hypothèses peuvent être nécessaires pour une bonne répartition des coûts.</li> <li>• Les définitions de la portée, en rapport avec les réseaux sociaux, ne sont pas encore universelles.</li> </ul>
<b>Changements apportés à l'indicateur</b>	Les projets doivent documenter (notamment la date) tous les moyens par lesquels ils adaptent cet indicateur, qui permettront aux projets et à leurs parties prenantes de mieux interpréter des données courantes à plus long terme.
<b>Dernière mise à jour</b>	

## Remerciements

Nous remercions Paul C. Hewett du Population Council pour ses conseils et l'étude techniques; Robert Pursley et Sherry Hutchinson qui ont apporté une aide éditoriale et leur concours à la conception ainsi qu'Angela Brasington, Lindsay Swisher et Joan Kraft de l'Agence des États-Unis pour le développement international pour leurs commentaires précieux au cours de l'élaboration de la présente note.

## Session suggérée

Breakthrough RESEARCH. 2020. « Douze indicateurs du CSC pour la planification familiale: fiches de référence des indicateurs, » *Note de recherche programmatique*. Washington, D.C.: Population Council.

©2020 The Population Council. Tous droits réservés.

## Email

[BreakthroughResearch@popcouncil.org](mailto:BreakthroughResearch@popcouncil.org)

## Breakthrough RESEARCH | Population Council

4301 Connecticut Ave., NW, Suite 280 | Washington, DC 20008  
+1 202 237 9400 | [breakthroughactionandresearch.org](http://breakthroughactionandresearch.org)



Breakthrough RESEARCH est rendu possible grâce au soutien généreux du peuple américain à travers l'Agence américaine pour le développement international (USAID) en vertu des termes de l'accord de coopération n° AID-OAA-A-17-00018. Le contenu de ce document relève de la responsabilité exclusive de Breakthrough RESEARCH et du Population Council et ne reflète pas nécessairement les positions de l'USAID ou du gouvernement des États-Unis.



Cette activité est mise en oeuvre dans le cadre de Breakthrough RESEARCH. Breakthrough RESEARCH accélère le CSC en effectuant une recherche de pointe et en valorisant des solutions factuelles en vue d'améliorer les programmes de santé et de développement dans le monde. Breakthrough RESEARCH est un consortium dirigé par le Population Council, en partenariat avec Avenir Health, ideas42, l'Institut de santé reproductive de Georgetown University, le Population Reference Bureau et Tulane University.