



Guide pratique : Un point de départ pour développer des paysages de marché et des feuilles de route pour la fourniture du secteur privé

NOVEMBRE, 2023



TABLE DES MATIÈRES

<i>DROITS D'AUTEUR ET RECONNAISSANCE.....</i>	<i>3</i>
<i>HISTORIQUE ET CONTEXTE</i>	<i>4</i>
<i>LE PROCESSUS DE CONCEPTION KEYSTONE.....</i>	<i>6</i>
<i>PHASE 1: « DIAGNOSTIQUER » LÀ OÙ LE MARCHÉ EST LIMITÉ</i>	<i>8</i>
<i>PHASE 2: « DÉCIDER » OÙ INTERVENIR SUR LE MARCHÉ</i>	<i>9</i>
<i>PHASE 3 : FEUILLE DE ROUTE/STRATÉGIE DE « CONCEPTION »</i>	<i>10</i>
<i>PHASE 4 : (PLANIFIER DE) « LIVRER »</i>	<i>12</i>

DROITS D'AUTEUR ET RECONNAISSANCE

Le processus de conception décrit dans ce document a été adapté de Population Services International (PSI) [Cadre de conception Keystone](#).



© 2018 Population Services International. Sous licence Creative Commons [Licence internationale BY-SA 4.0](#).

Jhpiego, des partenaires et des parties prenantes, notamment des représentants du gouvernement, des partenaires de développement, des donateurs, des fabricants, des acteurs du secteur privé et des prestataires de soins de santé du Kenya et du Pakistan, ont co-créé les analyses de marché et les feuilles de route des pays associées décrites dans ce guide. Leurs idées et leur expérience ont inspiré ce guide pratique, élaboré par [Impact for Health International](#) (IHI) avec le soutien de Jhpiego dans le cadre du projet de soutien aux marchés pour les technologies contraceptives post-introduction.

HISTORIQUE ET CONTEXTE

Malgré le succès de l'introduction des implants contraceptifs dans le secteur public, la fourniture d'implants par le secteur privé reste sous-utilisée. Le Programme d'accès aux implants (IAP) (2013-2018) a établi un accord de garantie de volume avec les fabricants grâce auquel le coût des implants pour les gouvernements des pays et certains partenaires achetant des implants pour les pays de Planification familiale 2020 (FP2020) a été réduit de 50 %. Cela a contribué de manière significative à l'expansion des implants dans le secteur public au cours de la dernière décennie, mais n'a pas soutenu l'offre du secteur privé¹. En 2022, dans le cadre du projet Expanding Family Planning Choices (EFPC), Jhpiego et Impact for Health (IHI) ont collaboré pour comprendre les obstacles à un engagement efficace du secteur privé en tant que partenaire dans la prestation de services d'implants contraceptifs. Ces résultats ont mis en évidence un ensemble d'obstacles mondiaux et de

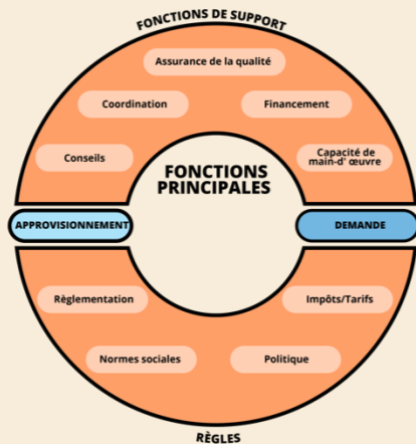


Figure 1 : Cadre du système de marché de la santé

recommandations pour soutenir les parties prenantes mondiales et/ou nationales dans l'expansion de la prestation de services d'implants contraceptifs dans le secteur privé. Au titre de suivi, Jhpiego et IHI ont collaboré en 2023 pour développer **Feuilles de route des pays pour la fourniture d'implants contraceptifs par le secteur privé** sur deux marchés – le Kenya et le Pakistan – pour offrir des exemples diversifiés tant du point de vue géographique que du potentiel du marché. Ces résultats sont présentés dans [Rapports d'analyse de marché](#) pour le Kenya et le Pakistan, et sont organisés autour du **Cadre du système de marché de la santé** (Springfield Centre, 2015) (voir Figure 1). Ces rapports, ainsi que des ateliers nationaux en personne, ont éclairé l'élaboration de [Feuilles de route nationales](#), qui offrent un point de départ pour la fourniture par le secteur privé d'implants contraceptifs à l'appui des objectifs FP2030 au Kenya et au Pendjab, au Pakistan. Bien que ces feuilles de route se concentrent sur un produit de santé sexuelle et reproductive (SRH) (implants contraceptifs) dans deux zones géographiques définies (Kenya et Pendjab, Pakistan), les résultats eux-mêmes (c'est-à-dire les paysages de marché et les feuilles de route) ainsi que le processus de leur développement pourraient offrir des informations potentiellement précieuses pour étendre la fourniture par le secteur privé d'autres produits de santé sexuelle et reproductive dans d'autres régions géographiques. **Par conséquent, IHI et Jhpiego ont développé ce « Guide pratique » pour fournir un aperçu de la façon dont le paysage du marché et la feuille de route ont été développés à l'aide du cadre de conception Keystone du PSI., ce qui pourrait être un point de départ pour développer des paysages de marché et des feuilles de route pour la fourniture par le secteur privé d'autres produits de santé sexuelle et reproductive dans d'autres zones géographiques.** Ce « Guide pratique » définit les objectifs, les composants clés, le temps et les résultats pour chaque phase (diagnostiquer, décider, concevoir et livrer) tout en établissant des liens vers (a) des exemples du projet d'implants contraceptifs et (b) [Ressources du cadre de conception Keystone](#). **Il convient de noter que ces guides ne sont ni exhaustifs ni faisant autorité, mais sont plutôt conçus pour servir de point de départ pour développer des paysages de marché et des feuilles de route**

¹ Braun, R. & Grever, A. (2020). Accroissement de l'accès aux implants : Une évaluation sommative du programme d'accès aux implants, *Glob Health Sci Pract*, 8(2): 205-219. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7326518/pdf/GH-GHSP200015.pdf>

pour la fourniture de produits de santé sexuelle et reproductive par le secteur privé.
Les organisations, individus et/ou partenaires qui utilisent ce guide sont encouragés à partager leur expérience sur hello@impactforhealth.com et info@jhpiego.org.

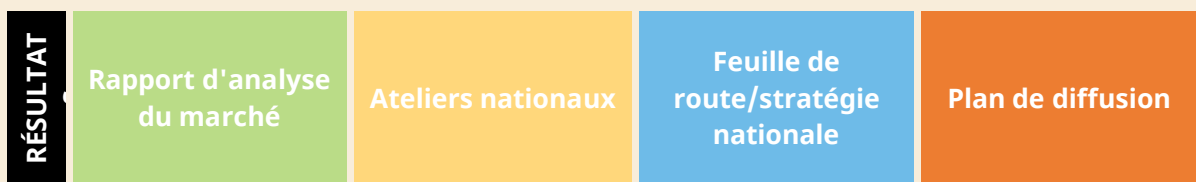
LE PROCESSUS DE CONCEPTION KEYSTONE

Le cadre de conception Keystone a été développé par Population Services International (PSI), en tirant parti de leur expertise en marketing social ancrée dans l'expertise en matière de santé, la connaissance des consommateurs, la durabilité, les stratégies de marketing commercial, la conception centrée sur l'utilisateur, la rentabilité et l'apprentissage continu. Le cadre de conception Keystone est une approche simple mais rigoureuse pour intégrer la discipline du marketing dans la conception et la mise en œuvre des interventions de santé publique.

Le processus de conception se décompose en quatre phases : Diagnostiquer, décider, concevoir et livrer. La phase **Diagnostiquer** consiste à définir le besoin de santé et à quantifier l'écart entre le comportement souhaité et le comportement actuel. Elle dresse le profil des consommateurs cibles, comprend leurs besoins et leurs comportements, et analyse le marché pour identifier les contraintes et les opportunités pour obtenir des résultats en matière de santé. La phase **Décider** détermine la manière dont les différents acteurs du marché peuvent gérer les contraintes et les opportunités pour évoluer vers un état futur souhaité. Cela comprend la définition d'une vision de durabilité, de priorités stratégiques et d'objectifs d'intervention en utilisant les preuves recueillies au cours de la phase **Diagnostiquer**, sans nécessiter de recherches supplémentaires. La phase **Concevoir** implique l'élaboration d'un plan d'intervention plus détaillé (c'est-à-dire une feuille de route ou une stratégie). Une phase **Livrer** typique implique l'élaboration d'un plan de travail, d'un budget et d'un plan d'apprentissage et d'adaptation. Cependant, elle peut être adaptée pour répondre aux besoins et au contexte locaux. Aux fins du projet Feuilles de route nationales sur les implants contraceptifs, des plans de diffusion ont été élaborés pour garantir que les acteurs du marché connaissent leur rôle dans la mise en œuvre de la feuille de route.

Tableau 1 Le cadre de conception Keystone (ci-dessous) fournit de brèves descriptions et des résultats clés pour chaque phase, adaptés au développement des paysages de marché et des feuilles de route/stratégies pour la fourniture par le secteur privé de produits de santé sexuelle et reproductive.

CADRE DE CONCEPTION KEYSTONE				
Adapté aux paysages de marché en développement et aux feuilles de route/stratégies nationales pour la fourniture de produits de santé sexuelle et reproductive par le secteur privé				
OBJECTIF				
	Diagnostiquer	Décider	Concevoir	(Planifier de) Livrer
	Diagnostiquer où le marché est limité et pourquoi	Décider où intervenir sur le marché pour avoir le plus grand impact	Concevoir une feuille de route/une stratégie pour élargir l'accès aux points de vente du secteur privé	Créer un plan de diffusion afin que les principaux acteurs du marché soient prêts à mettre en œuvre la feuille de route/stratégie proposée



PHASE 1: « DIAGNOSTIQUER » LÀ OÙ LE MARCHÉ EST LIMITÉ

Le but de la phase “ Diagnostiquer ” est de comprendre où le marché est limité et pourquoi, d'indiquer où intervenir sur le marché pour avoir le plus grand impact (c'est-à-dire la phase de décision).

Objectifs	1. Évaluer l'état actuel du marché. 2. Identifier les principales contraintes et opportunités du marché.
Éléments essentiels	1. Analyse documentaire : Développer une stratégie de recherche et un modèle d'extraction pour soutenir l'analyse des résultats. La stratégie de recherche dépendra de critères spécifiques, tels que les termes de recherche, le calendrier, les bases de données et les critères d'inclusion et d'exclusion relatifs à l'objet du projet. 2. Entretiens avec des informateurs clés (KII) : Élaborer des guides d'entretien qui peuvent être adaptés à chaque partie prenante et aux perspectives de la chaîne de valeur qu'elles apportent. Développer un modèle à remplir et à soutenir l'analyse des résultats des KII. 3. Synthèse et analyse : À l'aide du cadre du système de marché de la santé (voir Figure 2), articulez le contexte plus large du système de santé et le problème de santé, puis décrivez le marché de « l'intérieur vers l'extérieur » du système de marché de la santé, c'est-à-dire en commençant par l'utilisateur (comportement du consommateur), suivi d'une analyse des principales tendances du marché (performance du marché), et enfin d'articuler toutes les fonctions du marché (structure du marché). En utilisant le Matrice de production à utiliser, identifiez les principales contraintes et opportunités du marché. 4. Séance animée : Dans le cadre du processus d'analyse, envisagez d'organiser une petite session virtuelle animée avec le client pour examiner les contraintes prioritaires afin de prendre en charge la phase suivante du processus de conception Keystone (Décider).
Durée	1. 3-4 semaines pour l'analyse documentaire (selon le niveau d'analyse) 2. 2-3 heures par KII et sa synthèse (suggérer 2 personnes/intervieweurs par KII) 3. 1 à 3 semaines pour l'analyse et la rédaction du rapport (selon le niveau d'analyse) Attention : Le calendrier doit également tenir compte des processus respectifs du comité d'examen institutionnel et/ou du comité d'éthique.
Résultat	Rapport d'analyse du marché
Exemples d'implants contraceptifs	1. Stratégie de recherche 2. Modèle d'extraction d'analyse documentaire 3. Formulaire de consentement à l'entretien 4. Guides d'entretien adaptés aux différentes perspectives du marché (règles, clés et fonctions de support) 5. Rapport d'analyse du marché des implants contraceptifs au Kenya 6. Rapport d'analyse du marché des implants contraceptifs au Pakistan

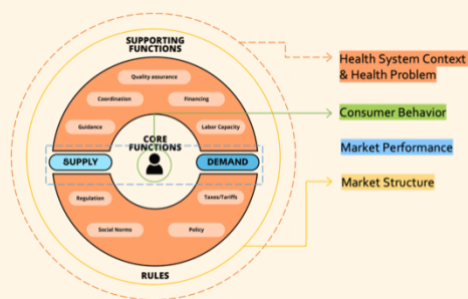


Figure 2 : Cadre du système du marché de la santé par rapport au rapport sur le marché

Ressources Keystone

Ressources de la phase DIAGNOSTIQUER :

Veuillez consulter le manuel de conception Keystone pour des guides d'activités spécifiques permettant de définir le besoin en matière de santé, de profiler le consommateur cible, d'évaluer le marché et d'identifier les contraintes et opportunités à fort impact. <https://www.psi.org/keystone/diagnose-phase/>

PHASE 2: « DÉCIDER » OÙ INTERVENIR SUR LE MARCHÉ

Le but de la phase Décider est de décider où intervenir sur le marché pour avoir le plus grand impact en facilitant une série d'exercices pour identifier une vision, répondre aux contraintes du marché et établir des priorités et des objectifs stratégiques.

Objectifs	1. Identifier une vision du marché, en tenant compte des résultats en matière de santé, du consommateur, du fournisseur et des principales parties prenantes du marché. 2. Donner la priorité aux contraintes du marché qui auront le plus grand impact pour contribuer à réaliser la vision du succès. 3. Développer des priorités stratégiques et des interventions d'accompagnement et identifier les acteurs du marché pour répondre aux contraintes du marché.
Éléments essentiels	1. Pré-atelier : Préparer le guide de facilitation et d'autres documents, notamment en partageant le projet de rapport d'analyse de marché (résultat de la phase 1) en pré-lecture avec les participants à l'atelier. 2. Atelier : Développer la vision, prioriser les contraintes du marché, identifier les priorités stratégiques, développer des objectifs stratégiques et réfléchir à des interventions à long terme. 3. Post-atelier : Résumer les discussions de l'atelier dans un rapport de synthèse sur la feuille de route/l'approche stratégique (présentation PowerPoint), articulant l'approche stratégique de haut niveau pour faire progresser le(s) produit(s) de santé sexuelle et reproductive SRH dans le secteur privé dans la géographie sélectionnée.
Durée	1. 2-3 semaines pour la préparation pré-atelier 2. 2 ateliers, chacun étant une journée de 8 heures (recommandé) 3. 2-3 semaines pour l'analyse post-atelier et la rédaction du rapport
Résultat	1. Guide de facilitation et atelier national 2. Rapport sommaire sur la feuille de route/l'approche stratégique
Ressources sur les implants contraceptifs	1. Ordres du jour des ateliers (Kenya et Pendjab, Pakistan) 2. Guides d'animation (Kenya et Pendjab, Pakistan) 3. Modèle Miro Deck pour atelier (Kenya et Pendjab, Pakistan) 4. Exemples de Miro Deck d'atelier (Kenya et Pendjab, Pakistan) 5. Rapport sommaire: Feuille de route du Kenya pour la fourniture d'implants contraceptifs par le secteur privé 6. Rapport sommaire: Feuille de route du Pendjab et du Pakistan pour la fourniture d'implants contraceptifs par le secteur privé

Ressources Keystone

Ressources de la phase DÉCIDER :

Veuillez consulter le manuel de conception Keystone pour des guides d'activités spécifiques permettant de définir un énoncé de vision, des priorités et des objectifs stratégiques ainsi que des interventions.

<https://www.psi.org/keystone/decide-phase/>

PHASE 3 : FEUILLE DE ROUTE/STRATÉGIE DE « CONCEPTION »

Le but de la phase Concevoir est de concevoir une feuille de route/une stratégie pour étendre l'accès aux produits de santé sexuelle et reproductive SRH dans les points de vente du secteur privé dans la zone géographique sélectionnée.

Objectifs	1. Synthétiser les principales conclusions de la phase Diagnostiquer et décider pour définir la feuille de route. 2. Confirmer l'approche stratégique et la conception de l'intervention avec les principales parties prenantes.
Éléments essentiels	1. Projet de feuille de route nationale : À l'aide de la présentation PowerPoint du résumé de la feuille de route développée après l'atelier, rédigez le contenu du document de la feuille de route. Envisagez d'intégrer l'analyse de durabilité « Qui fait, qui paie » dans la feuille de route pour garantir que les priorités stratégiques et les interventions finales conduisent à un changement de comportement durable parmi les acteurs de la chaîne de valeur. Découvrez les meilleures pratiques pour déterminer si les approches existantes peuvent être adaptées ou si de nouvelles approches doivent être créées à partir de zéro. Pour accéder au « Cadre Qui fait, qui paie », reportez-vous aux exemples de l'atelier Miro Deck pour le Kenya et le Pakistan (phase de décision) ici. 2. Pré-webinaire : Préparer un guide de facilitation et d'autres documents pour le webinaire afin d'obtenir des commentaires sur la feuille de route du pays de la part des participants à l'atelier national et d'autres parties prenantes concernées. 3. Webinaire de commentaires : Commentaires sécurisés sur la feuille de route du pays. 4. Finaliser la feuille de route : À l'aide des commentaires du webinaire, finalisez la feuille de route.
Durée	1. 2-3 semaines pour préparer le webinaire (envoyer des invitations et un projet de feuille de route en pré-lecture, préparer le deck Miro, etc.) 2. 1,5 heures pour héberger le webinaire de commentaires 3. 2 à 3 semaines après le webinaire pour intégrer les commentaires et finaliser la feuille de route/stratégie
Résultat	Feuille de route nationale

Ressources sur les implants contraceptifs	1. Modèle Miro Deck de webinaire de feuille de route nationale 2. Miro Decks de feuille de route nationale (Kenya et Pendjab, Pakistan) 3. Feuille de route du Kenya pour la fourniture d'implants contraceptifs dans le secteur privé 4. Feuille de route du Pendjab et du Pakistan pour la fourniture d'implants contraceptifs dans le secteur privé
Ressources Keystone	de la phase CONCEVOIR : Veuillez consulter le manuel de conception Keystone pour des guides d'activités spécifiques permettant de concevoir une stratégie/feuille de route. https://www.psi.org/keystone/design-phase/

PHASE 4 : (PLANIFIER DE) « LIVRER »

Le but de la phase Livrer est de préparer la mise en œuvre d'interventions visant à élargir l'accès au(x) produit(s) de santé sexuelle et reproductive SRH dans la zone géographique sélectionnée. Pour ce projet, la phase Livrer s'est concentrée sur la création d'un plan de diffusion, de sorte que l'analyse de marché et la feuille de route sont utilisées par les publics cibles clés :

- **Public principal** : Acteurs tout au long de la chaîne de valeur (prestataires privés, consommateurs, détaillants, fabricants, importateurs, grossistes, distributeurs, gouvernement, ONG).
- **Public secondaire** : Partenaires et organisations de développement mondiaux, donateurs.

Objectifs	1. Élaborer un plan de diffusion pour améliorer la notoriété et l'utilité du rapport d'analyse de marché et de la feuille de route auprès des principaux groupes cibles à l'échelle nationale et mondiale.
Éléments essentiels	1. Élaborer un plan de diffusion : Créer un plan de diffusion décrivant les objectifs du projet spécifiques au pays, le public cible, les objectifs SMART et les plateformes et canaux suggérés pour la diffusion aux niveaux mondial et national.
Durée de l'atelier	Un jour
Résultat	Plan de diffusion
Ressources sur les implants contraceptifs	Plans de diffusion (Kenya et Pendjab, Pakistan)
Ressources Keystone	Ressources de la phase LIVRER : Alors que le manuel de conception Keystone définit la phase de livraison comme incluant l'élaboration d'un plan de mise en œuvre, comprenant une théorie du changement, des indicateurs, un plan de travail et un budget, celui-ci peut être adapté à différents projets et besoins. https://www.psi.org/keystone/deliver-phase/ Pour le projet Feuilles de route nationales sur les implants contraceptifs, l'accent a été mis sur l'élaboration de plans de diffusion pour chaque pays garantir l'utilisation des produits par les acteurs clés tout au long de la chaîne de valeur afin de faire progresser le marché des implants contraceptifs dans le pays.