

2016 : Etude TRAC suivi sur la planification familiale. Déterminants liés à l'utilisation des méthodes contraceptives modernes chez les femmes en union de 15-49 ans.

Nom du Client: Agence pour le Développement du Marketing au Sénégal (ADEMAS/USAID)

Pays: Sénégal

Localisation dans le pays: 9 régions (sur 14) désignées comme segments stratégiques dans les plans marketings de l'ADEMAS que sont Dakar, Ziguinchor, Kaolack, Saint-Louis, Tambacounda, Diourbel, Sédhiou, Kédougou et Matam

Objectifs: L'étude cherche d'une manière générale à fournir des informations quantifiées sur les déterminants relatifs aux motivations et barrières à l'utilisation d'une méthode moderne de contraception parmi les femmes âgées de 15-49 ans; ainsi que l'impact de la campagne de communication "Moytou Nef" mise en œuvre par l'ADEMAS. De manière spécifique, il s'est agi à travers cette recherche de mesurer les indicateurs de comportement sur la planification familiale et ceux sur les objectifs marketings relatifs aux déterminants identifiés, cœur de toutes les stratégies de communication.

Méthodologie:

- Enquête dans les ménages (1300 ménages et 1500 femmes de 15-49 ans)
- Entretiens directs par questionnaire quantitatif
- Dénombrement des ménages et collecte d'informations.

Description des services effectivement fournis par le Cabinet:

Conception du plan de sondage; élaboration des supports de collecte et autres outils connexes (questionnaires, fiches de dénombrement, manuels de l'enquêteur/du superviseur, ...); pré-test des outils, recrutement et formation des enquêteurs et superviseurs; mise à jour des outils à la lumière des leçons tirées de l'enquête pilote; conception et test de la chaîne de saisie et d'édition des données; saisie des données; revue de la liste des indicateurs produits par ADEMAs; production d'un rapport général sur le déroulement du terrain, d'un rapport d'analyse des données et d'une Présentation (PowerPoint) des principaux résultats.