

Plaidoyer et partenariat au niveau de la communauté de base



**Jeannot Richard
Rasoloniaina**



**Christian
Rakotoniaina**

Agents de santé oculaire communautaire,
Service d'ophtalmologie, FLM-SALFA,
BP 244, Antsirabe 10, Madagascar.

Bien avant l'année 2007, notre service d'ophtalmologie à Antsirabe avait déjà entrepris des dépistages de masse dans différentes communes. Force est de reconnaître que les résultats obtenus étaient bien loin des recommandations du programme VISION 2020 : le Droit à la Vue, notamment en matière de chirurgie de la cataracte et de traitement de la presbytie. En effet, du mois de juillet 2006 au mois de juin 2007, nous avons effectué 576 interventions de la cataracte (taux de chirurgie de la cataracte ou TCC égal à 275) et nous n'avions pas encore de programme pour la presbytie.

Jusque là, nous nous étions contentés de travailler uniquement avec des partenaires traditionnels, tels que l'église. Les pasteurs et les catéchètes assuraient la sensibilisation des chrétiens et les invitaient à venir au dépistage de masse organisé ; ceci était fait durant les diverses réunions pastorales.

Nous avons décidé de changer notre stratégie et de travailler avec d'autres partenaires locaux, en les impliquant grâce au plaidoyer. Cette nouvelle stratégie a nettement amélioré la situation.

Adoption d'une stratégie de partenariats locaux

Cette stratégie, adoptée depuis juin 2007, consiste à :

1 Identifier des partenaires locaux potentiels :

Nous avons impliqué des partenaires locaux tels que le chef de Fokontany (premier responsable de structure administrative de base à Madagascar), les agents de santé communautaire, les maires, les autorités religieuses, les chefs de zones administratives pédagogiques etc., qui sont en mesure de connaître les réalités locales et de comprendre le comportement de leurs communautés.

2 Présenter une introduction détaillée du projet aux différents responsables à chaque niveau :

Nous sommes invités aux réunions des maires, des chefs de Fokontany et des chefs de zones administratives pédagogiques. Durant ces rencontres, nous expliquons



Henry Nkumbe

Collaboration avec les communes : dépistage de la cataracte devant une salle municipale. MADAGASCAR

l'objectif du programme, les actions à entreprendre et nous distribuons des brochures sur VISION 2020 et sur la cataracte. En même temps, nous mettons en exergue l'ampleur et l'impact socioéconomique de la cécité dans chaque circonscription concernée.

3 Engager un dialogue afin de déterminer le canal de communication adéquat pour informer le public sur le dépistage de masse et les activités de développement à entreprendre :

Nous sollicitons les partenaires afin qu'ils partagent avec nous leurs expériences en matière de mobilisation sociale et nous conseillent sur les modes de communication qui s'avèrent efficaces, par exemple : médias, affichage auprès du bureau de Fokontany, sensibilisation de la population par îlots, etc.

4 Décider ensemble de l'implication des partenaires locaux et des tâches qui leur incombent :

Les chefs de Fokontany organisent des séances de sensibilisation dans leurs îlots. Ils s'assurent aussi que les affichages sont posés convenablement



Henry Nkumbe

Un agent de santé oculaire communautaire répond aux questions d'une personne âgée avec cataracte opérable. MADAGASCAR

et ils sont aptes à répondre aux questions des administrés. Ils identifient des opérés de la cataracte pour en faire des motivateurs dans leurs villages.

5 Élaborer des rapports d'activité chiffrés sur les résultats obtenus par la campagne :

À l'issue du dépistage, les statistiques des personnes sensibilisées, du nombre de cas de cataracte (personnes et yeux) et du nombre de cas de presbytie sont transmises à la Mairie. Ceci est fait afin de partager les résultats obtenus avec les partenaires. Chaque semestre, un rapport détaillé des activités est remis au chef de Santé du district.

6 Évaluer les performances de chacun afin d'améliorer la stratégie à l'avenir :

Durant le dépistage, nous notons pour chaque personne sensibilisée le canal de communication utilisé pour la sensibilisation. À partir de ces données, nous analysons l'efficacité de chaque canal. Une fois que cette analyse est faite, nous pouvons ajuster la stratégie pour la prochaine campagne.

Résultats obtenus

Cette ouverture à des partenaires locaux a contribué largement à réduire le fossé entre notre centre d'ophtalmologie et la communauté. Nos partenaires sont dorénavant conscients de l'importance de leurs actions dans la promotion de la santé oculaire dans la région.

Une fois responsabilisés, les partenaires locaux sont non seulement motivés mais aussi capables d'apprécier la valeur de leur contribution dans la lutte contre la malvoyance dans leur communauté.

Cette nouvelle stratégie de partenariats s'est concrétisée par une augmentation appréciable du nombre d'interventions de la cataracte, soit 380 interventions supplémentaires. Du mois de juillet 2007 au mois de juin 2008, nous avons effectué 956 opérations de la cataracte, soit un accroissement de 65,97 %, avec un TCC passant de 275 à 456 actuellement. Pendant cette période, nous avons pu distribuer 2 017 paires de lunettes pour la presbytie.

Conclusion

La plaidoirie au niveau communautaire permet d'intégrer le programme de lutte contre la cécité. Il ne saurait se réaliser sans la participation de partenaires locaux, agents de développement de proximité qui peuvent renforcer la pérennisation du programme.

