

**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.