

Déterminants de l'utilisation du préservatif chez les camionneurs de la ville de Kinshasa

S.W. Matundu(1*)

Abstract

Determining factors in the use of condom by trucks drivers in Kinshasa, Democratic Republic of Congo

Published online:
October 17th 2013

Keywords:

*Condom, truck drivers,
HIV/AIDS*

HIV/AIDS is a public health problem in the Democratic Republic of Congo. Its prevalence is 1.3 % in the population aged 15-49. This rate is even higher among target groups (sex professionals, military, miners, truck drivers).

The survey conducted by the National Program for the Fight against AIDS (NACP) in some cities in the DRC in 2006 found that only 38 % of drivers had used condom at their last intercourse, while 48 % had had risk sex in the last 12 months.

This research aims to identify factors associated with correct condom use by truck drivers of the city-province of Kinshasa.

This study shows the necessity to make available the condom, Prudence, in public places like restaurants, bars and truck stops. It proposes to develop communication strategies, which aim to give the social norms on the use of condom by the trucks drivers. It shows that condom Prudence, has features preferred by the trucks drivers.

(1) Institut Supérieur de Statistique, Kinshasa
Correspondant : smatundu30@yahoo.fr

1. Introduction

L'infection par le VIH est un problème de santé publique en République Démocratique Congo. Sa prévalence dans la population âgée de 15-49 ans est de 1,3 % (EDS8RDC 2007). Ce taux est encore plus élevé chez les groupes cibles comme les professionnels du sexe, les militaires, les miniers, les camionneurs (conducteurs de véhicules effectuant de longues distances). Comme dans les autres pays d'Afrique subsaharienne, sa transmission se fait essentiellement par voie sexuelle.

L'enquête réalisée par le Programme National de Lutte contre le Sida (PNLS) dans quelques villes de la RDC a révélé qu'en 2006 seuls 38 % des camionneurs avaient utilisé un préservatif lors du dernier rapport sexuel alors que 48 % avaient eu des rapports sexuels à risque au cours de 12 derniers mois (PNLS, 2006).

L'objectif de cette étude est d'examiner le niveau d'utilisation des préservatifs lors des rapports sexuels extraconjugaux (avec un partenaire sexuel non régulier, occasionnel ou payant) parmi les camionneurs de la ville de Kinshasa après plusieurs campagnes d'éducation pour la prévention du HIV/SIDA et d'identifier les facteurs associés avec cette utilisation correcte du préservatif.

2. Matériels et Méthodes

2.1. Matériel

Les camionneurs qui utilisaient les parkings ciblés de Kinshasa et qui habitaient la ville de Kinshasa en 2010 avaient été sélectionnés pour participer à cette étude. Au total, 308 camionneurs étaient interviewés. Ce chiffre est la taille minimale pour produire un tableau de suivi et un tableau de

segmentation. La base de sondage était constituée par la liste des parkings de gros véhicules, constituée par l'association des chauffeurs du Congo (ACCO). Seize parkings étaient sélectionnés de façon raisonnée en fonction de l'affluence des camionneurs.

Les informations sur les caractéristiques socio-démographiques (âge, niveau d'instruction, niveau de vie, situation matrimoniale,...), comportementales ainsi que l'utilisation du préservatif ont été collectées.

2.2.-Méthodes

Selon PSI (Population Service International), dans la recherche des déterminants de comportement, deux types de variables sont utilisées :

- Les caractéristiques de la population : ici les variables généralement utilisées correspondent aux facteurs socio démographiques (âge, sexe, niveau d'instruction, situation matrimoniale, niveau de vie, etc.);

- Les facteurs OCM (Opportunité, Capacité, motivation) : ils sont construits à partir des questions à échelles (1=totalement en désaccord, 2=Un peu en désaccord, 3=un peu d'accord et 4=totalement d'accord).

L'analyse peut être divisée en 5 étapes :

- i. Construction des scores : elle concerne les variables OCM et sert à identifier des facteurs fiables dans chaque bulle. Pour chaque bulle, ces facteurs sont déterminés grâce aux analyses factorielles, le test de fiabilité utilisé est celui de Cronbach. Le score d'un facteur est égal à la moyenne des scores des items qui le constitue ;
- ii. Analyse factorielle pour déterminer le nombre de facteurs à retenir ;
- iii. Test de fiabilité pour chaque facteur retenu. Ici on accepte le test si le coefficient alpha de Cronbach est supérieur à 0,70 ;
- iv. Substitution des valeurs manquantes ;
- v. Calcul du score moyen.

- **Tableau de suivi** : il se fait à partir des analyses descriptives sur les niveaux de l'utilisation du préservatif et des facteurs OCM qui lui sont liés;

- **Tableau de segmentation** : il se fait en deux étapes ; tout d'abord, on recherche les déterminants significatifs de l'utilisation du préservatif, puis on compare les scores moyens des facteurs OCM dans les groupes des utilisatrices et les non utilisatrices.

La recherche des déterminants : les facteurs OCM fiables déterminés grâce à la construction des scores sont utilisés avec les variables liées aux caractéristiques de la population comme variables indépendantes du modèle de régression logistique, la variable dépendante étant la variable de comportement (l'utilisation du préservatif). Ceci permet de déterminer les variables qui influencent significativement l'utilisation du préservatif.

Comparaison des moyennes : on estime les moyennes des facteurs significatifs issus du modèle logistique. Pour cela, on calcule les moyennes de chaque facteur avec la procédure ANOVA. Les moyennes calculées permettent de comparer les niveaux des déterminants OCM dans les groupes des utilisateurs et des non utilisateurs, afin d'identifier les facteurs qui créent des différences entre ces 2 groupes.

Par ailleurs, la méthode exposée précédemment présente certes des avantages, mais peut être sujette à quelques critiques. Concernant l'avantage, cette méthode prend en compte des facteurs OCM, qui servent à mieux comprendre les comportements des camionneurs par rapport à l'utilisation du préservatif.

Parmi ces facteurs ou déterminants, nous avons premièrement les facteurs d'opportunité. L'opportunité se réfère aux facteurs communautaires et de services qui facilitent ou entravent les comportements recommandés. Ils sont issus de la théorie de la diffusion des innovations, la promotion de la santé et la recherche sur la qualité des soins et intègrent les mesures de couverture et la qualité de couverture, la perception de l'accès aux produits, services et informations, l'attrait de la marque et la qualité de soins (Voir cadre conceptuel de changement de comportement de PSI). Parmi ces variables, nous citons : La disponibilité des condoms, l'attrait de la marque, la qualité des services et les normes sociales. Deuxièmement, nous avons les facteurs de capacité. La capacité s'applique à une habileté individuelle ou une compétence pour résoudre les problèmes, étant donné une situation particulière d'opportunité et de motivation. Ils sont

issus des théories économiques (telles que les mesures d'empressement pour payer les produits accessoires, services ou idées), de la psychologie sociale ainsi que d'autres théories qui examinent les normes et le soutien social, efficacité personnelle et autres déterminants du changement de comportement (connaissance sur les préservatifs). Troisièmement, nous avons les facteurs de motivation. La motivation décrit comment une personne a ou développe son intérêt en changeant son comportement, étant donné une situation d'opportunité et de capacité. Les construits de motivation qui sont pour la plupart proches du changement pourraient inclure le développement de la confiance, l'évaluation du risque personnel, la confiance aux résultats attendus du comportement. Ceux qui sont pour la plupart éloignés du comportement et qui pourraient influencer ces construits proches se rapportent à la confiance, la prudence dans la relation sexuelle, la conscience du comportement, ses bénéfices et ses coûts ou réactions émotionnelles se rapportant aux événements passés.

La segmentation permet d'identifier les facteurs qui influencent significativement l'utilisation du préservatif. Elle sert aussi à comparer le niveau des facteurs OCM significatifs chez les utilisateurs et les non utilisateurs. Ainsi, l'intervention sur ces facteurs pourrait favoriser la conversion des non utilisateurs en utilisateurs. La segmentation est nécessaire, car les ressources étant limitées, il importe de s'orienter vers un groupe cible spécifique qui a le plus besoin des produits.

Pour ce qui est de la critique de la méthode, au niveau des caractéristiques de la population, seules les variables socio-démographiques sont généralement prises en compte, pourtant dans la littérature d'autres facteurs notamment, les facteurs socioéconomiques, socioculturels influencent significativement l'utilisation du préservatif.

Les variables liées aux caractéristiques de la population ne font pas l'objet d'une analyse descriptive multivariée (ACFM), pourtant une telle analyse permettrait déjà de dégager un profil des utilisateurs et non utilisateurs, ce qui renforce la connaissance de la population ;

Au niveau des analyses bivariées le test du khi-deux est omis. Pourtant ce test permet d'identifier

les dépendances entre la variable d'intérêt et les variables explicatives. Ainsi, seules les variables significativement corrélées avec la variable d'intérêt feront partie du modèle logistique. Ceci permet de faire un tri parmi les facteurs liés aux caractéristiques de la population.

Au niveau de la construction des scores issus des facteurs OCM, certains tests sont omis. Il s'agit du test de KMO et celui de Bartlett qui permettent de vérifier si les données sont factorisables avant de faire une analyse factorielle.

Au niveau de la segmentation, aucun test n'est réalisé pour confirmer la différence des scores moyens dans les groupes des utilisateurs et des non utilisateurs. Par ailleurs, étant donné que la variable d'intérêt n'a que deux modalités autrement dit nous n'avons que deux moyennes à comparer, alors le test de Student est suffisant.

Notre travail s'est donc appuyé sur la méthodologie de recherche et le cadre conceptuel de PSI tout en tenant compte de ces critiques et remarques.

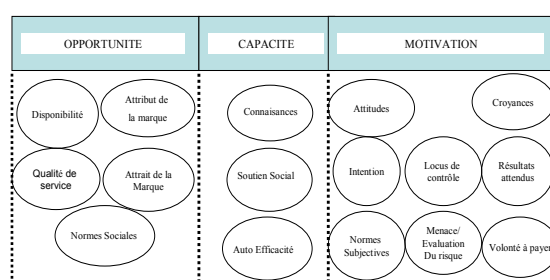


Figure 1. Le cadre conceptuel du changement de comportement de PSI

3. Résultats

L'âge moyen de ces camionneurs est de 34 ans, 55 % sont mariés ou en union, 85 % ont au moins un niveau secondaire

Sur le plan du comportement, un camionneur sur trois soit 32,2 % a utilisé un condom lors du dernier rapport sexuel avec un partenaire régulier non épouse, mais seulement 16,3 ont confirmé l'utiliser de façon systématique,

Un camionneur sur cinq soit 20,7 % a utilisé un condom lors du dernier rapport sexuel avec un partenaire non commercial, mais seulement 15,9 % ont confirmé l'utiliser de façon systématique,

Un camionneur sur trois soit 30,3 % a utilisé le condom lors du dernier rapport sexuel avec un partenaire commercial, mais seulement 26 % ont confirmé l'utiliser systématiquement.

Au niveau des facteurs d'opportunité, les résultats montrent que les camionneurs estiment que les préservatifs de marque Prudence sont disponibles et faciles à trouver (score moyen de 3,08 sur 4). L'environnement social des camionneurs est favorable à l'utilisation des préservatifs (score moyen de 2,92 sur 4). Les camionneurs estiment que les préservatifs de marque Prudence sont fiables et efficaces (score moyen de 3,20 sur 4)

Les résultats du tableau de segmentation montrent que la probabilité d'avoir utilisé le condom lors du dernier rapport sexuel avec tout type de partenaire extraconjugale croît avec, premièrement, la disponibilité des condoms de marque prudence : les camionneurs qui estiment que les condoms de marque Prudence sont toujours disponibles quand ils en ont besoin ont plus de chance d'utiliser systématiquement un condom lors des rapports sexuels que les autres. Les scores relatifs à ce déterminant sont respectivement de 3,21 chez les utilisateurs et de 2,90 chez les non utilisateurs, avec un rapport de chance de 1,770 ($p < 0,01$). Elle croît deuxièmement par les normes sociales : les camionneurs qui estiment que les gens comme eux utilisent le condom avec leurs partenaires sexuels ont plus de chance d'utiliser un condom lors du dernier rapport sexuel que les autres. Les scores relatifs à ce déterminant sont respectivement de 3,05 chez les utilisateurs et de 2,75 chez les non utilisateurs, avec un rapport de chance de 1,964 ($p < 0,01$). Cette probabilité croît aussi avec deux attributs de la marque: primo, les camionneurs qui sont convaincus que les préservatifs de marque Prudence sont efficaces et sans danger ont plus de chance d'utiliser un préservatif lors du dernier rapport sexuel que les autres. Les scores relatifs à ce déterminant sont respectivement de 3,28 chez les utilisateurs et de 3,09 chez les non utilisateurs, avec un rapport de chance de 1,601 ($p < 0,05$). Secundo, les camionneurs qui sont convaincus que les préservatifs de marque Prudence ne se déchirent pas, ne restent pas dans le vagin et sentent bons ont plus de chance d'utiliser un préservatif lors du dernier rapport sexuel que les autres. Les scores relatifs à ce déterminant sont respectivement de 3,01 chez les utilisateurs et de 2,76

chez les non utilisateurs, avec un rapport de chance de 1,637 ($p < 0,05$).

Le premier graphique de Suivi donne les niveaux des comportements en matière d'utilisation du condom lors du dernier rapport sexuel et utilisation systématique.

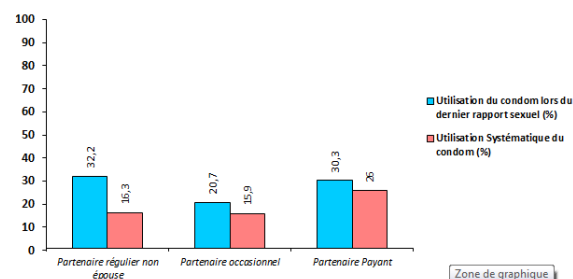


Figure 2. Niveau de comportement

Le deuxième graphique de Suivi donne le niveau des déterminants de l'utilisation du condom lors du dernier rapport sexuel.

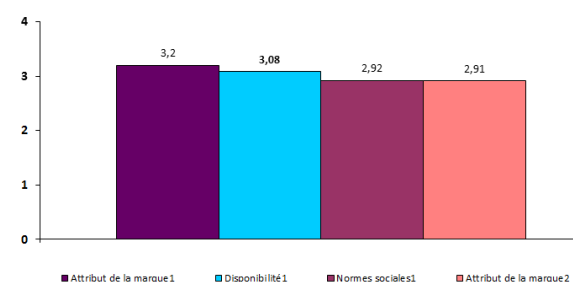


Figure 1. Niveau des déterminants

Le graphique de Segmentation donne les déterminants de l'utilisation du condom lors du dernier rapport sexuel, Kinshasa, 2010.

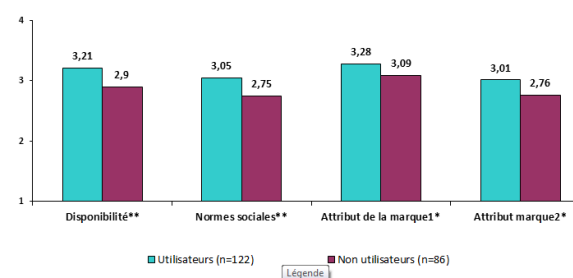


Figure 2. Graphique de segmentation

4. Conclusion et Recommandations

L'analyse du tableau de segmentation montre que pour accroître l'utilisation du condom lors du dernier rapport sexuel avec tout type de partenaire extraconjugale parmi les camionneurs, le programme de prévention du VIH/sida d'ASF/PSI devrait :

Rendre toujours disponible le préservatif de marque Prudence dans les endroits fréquentés par les camionneurs comme les bars, les restaurants, etc.

Développer des stratégies de communication visant à adresser les normes sociales relatives à l'utilisation du condom parmi les camionneurs afin que la communauté et l'entourage des camionneurs perçoivent le préservatif comme un des moyens de prévention contre le VIH/sida.

Considérer le repositionnement du condom de marque Prudence en prenant en considération les attributs de marque préférés par les camionneurs (emballage, parfum, etc).

5. Références

- Akoto E. et Kamdem H., (2001). "Etude comparative des déterminants de la pratique contraceptive moderne en Afrique". In F. Gendreau, Les transitions démographiques des pays du sud, Paris, Editions ESTEM, pp 269 - 286.
- Ale F. et Balogoun A., (2009). Déterminants de l'utilisation du préservatif chez les groupes cibles au Benin, novembre.
- Capo-Chichi, V., & Chapman, S., (2004). Sampling strategies. Chapter 3.3 in Social Marketing, Research Tool Kit, 1st Edition. PSI Research Division.
- Inungu J., G Mpanya et Matundu S., (2010). Facteurs de l'utilisation du préservatif chez les groupes cibles à Kinshasa et Bukavu
- Koumagnanou G. K. (2009). Déterminants de l'utilisation du préservatif chez les jeunes au Togo.