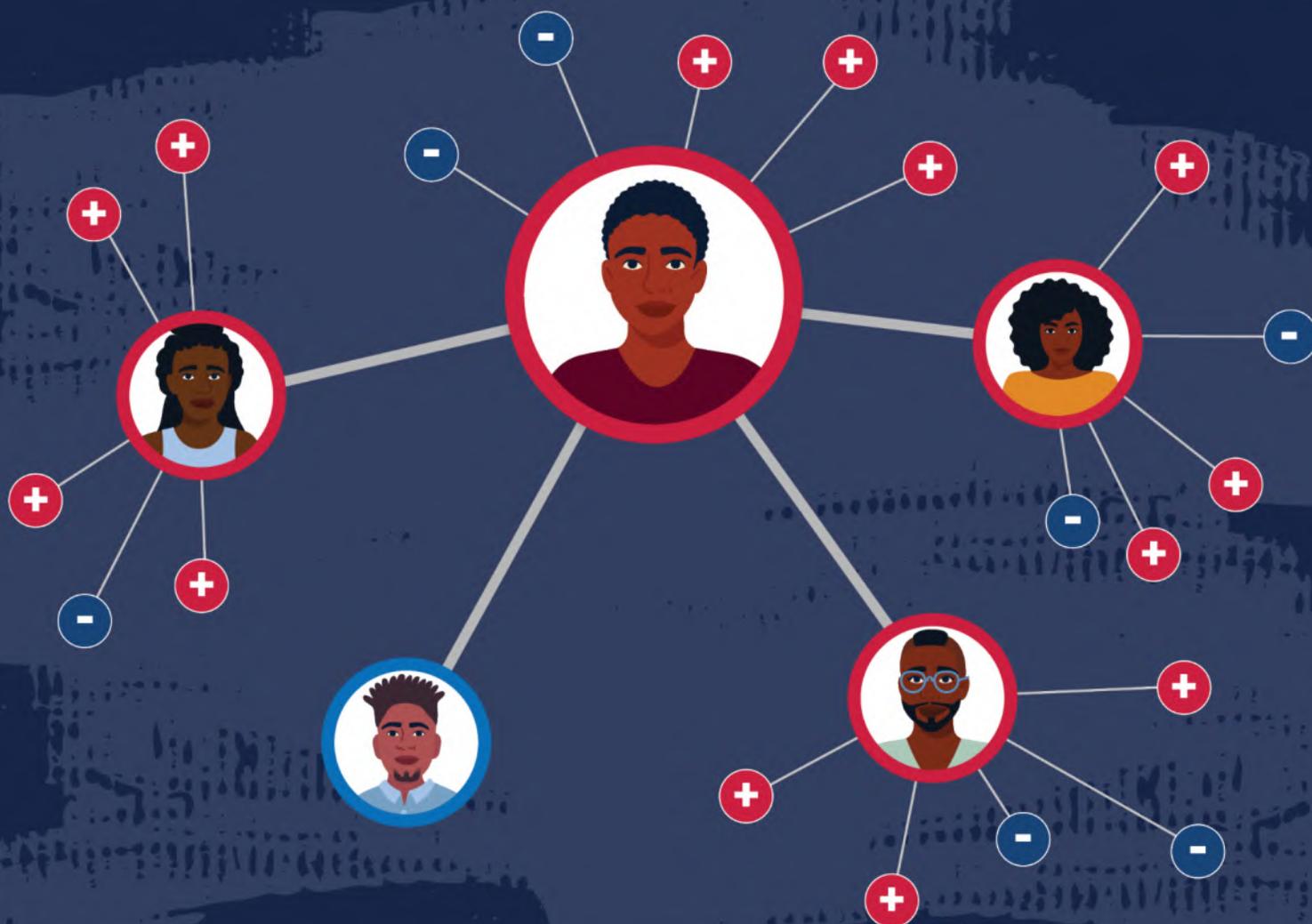


TEST INDEX ET RÉFÉRENCE AU RÉSEAU DE RISQUE

Orientation et formation à la mise
en œuvre du programme

JANVIER 2021

GUIDE DU FACILITATEUR



Test index et référence au réseau de risque

Orientation et formation à la mise en œuvre du programme

GUIDE DU FACILITATEUR

Janvier 2021



Citation suggérée : EpiC. Test index et référence au réseau de risque. Orientation et formation à la mise en œuvre du programme. Guide des facilitateurs. FHI 360 ; Durham (NC) : 2021.

REMERCIEMENTS

Ce programme a été adapté à partir d'un module de formation complet élaboré par les Centers for Disease Control and Prevention et le Plan d'urgence du président américain pour la lutte contre le sida (PEPFAR). Le programme s'inspire d'un apprentissage et d'une expérience approfondis des programmes soutenus par le PEPFAR sur le terrain. Un certain nombre d'outils inclus dans ce package sont également disponibles sur la [PEPFAR Solutions Platform](#).

Le programme de formation a été rédigé par Daniel Levitt, Danielle Darrow De Mora, Robyn Dayton et Rose Wilcher. Les contributions et commentaires du personnel et des consultants de LINKAGES sont chaleureusement remerciés, avec un remerciement particulier à Tiffany Lillie, Chris Akolo, Meghan DiCarlo et Michael Cassell. Il a été édité par Suzanne Fischer et Stevie Daniels et conçu par Lucy Harber et Jill Vitick avec la couverture artistique de Design Lab 360.

Enfin, nous remercions les nombreuses organisations communautaires dirigées par les populations clés et au service des populations clés dans tous les pays soutenus par LINKAGES et EpiC qui ont contribué et participé à la réalisation des itérations de ce programme. Leurs expériences et leurs commentaires ont contribué à façonner la version finale.

Ce document a été rendu possible grâce au généreux soutien du peuple américain par l'intermédiaire de l'Agence des États-Unis pour le développement international (USAID) et du Plan d'urgence du président américain pour la lutte contre le sida (PEPFAR). Le contenu relève de la responsabilité des projets LINKAGES et EpiC et ne reflète pas nécessairement les vues de l'USAID, du PEPFAR ou du gouvernement des États-Unis.

Table des matières

Avant-propos	1
Aperçu de la formation	1
Objectif	1
Objectifs d'apprentissage des participants	2
Temps et exigences de préparation	2
Contenu et structure du programme de formation	3
Public visé et taille de la classe.....	4
Méthodologie de formation	5
Aperçu des sessions.....	5
Descriptions de la session	12
JOUR 1.....	12
Bienvenue.....	12
Session 1. Présentations, révision de l'agenda et objectifs, attentes et accords	13
Session 2. Préparer le terrain : historique et évolution des tests index, de la terminologie et des preuves	16
Session 3. Test index en [PAYS] : perspectives locales (FACULTATIF)	21
Session 4. Étapes du test index	22
Session 5. Normes minimales pour des tests index sûrs et éthiques	25
Session 6. Outils et flux pour les tests index	36
Session 7. Référence du réseau de risque.....	41
JOUR 2.....	46
Mot de bienvenue et examen de Jour 1	46
Session 8. Panel client (FACULTATIF)	47
Session 9. Construire une approche localisée de test index et de référence du réseau de risque ..	48
Session 10. Counseling de motivation.....	51
Session 11. Interroger et réagir à la violence entre partenaires intimes	61
JOUR 3.....	72
Bienvenue et bilan de Jour 2	72
Session 12. Messagerie	72
Session 13. La pratique rend parfait.....	74
Session 14. Assurance de la qualité, suivi et notification des événements indésirables, et suivi et évaluation des efforts de test index.....	77
Session 15. Plan d'action	84

Avant-propos

Selon l'ONUSIDA, environ 38,0 millions de personnes dans le monde vivaient avec le VIH en 2019. Alors que le taux mondial d'infections semble ralentir, les preuves suggèrent que l'épidémie se transforme : en 2019, 62% de toutes les nouvelles infections à VIH étaient parmi les populations clés (PC)— les travailleurs du sexe, les consommateurs de drogues, les hommes gais et autres hommes ayant des rapports sexuels avec des hommes, les transgenres et les prisonniers - et leurs partenaires. Environ 81% des personnes vivant avec le VIH.¹

Les PC peuvent bénéficier de tests personnalisés et ciblés car ils sont (1) à haut risque d'infection par le VIH, (2) à haut risque de transmission ultérieure s'ils sont séropositifs et / ou (3) moins susceptibles d'accéder systématiquement aux services de dépistage du VIH dans les établissements du secteur public.² En outre, la stigmatisation et la discrimination entravent leur accès aux services de santé. Les enfants et les partenaires sexuels et injecteurs de drogues des membres des PC vivant avec le VIH ont également des taux élevés de VIH par rapport aux populations générales. Cependant, les partenaires et les membres de la famille peuvent ne pas savoir qu'ils sont à risque.

Le test index (appelé notification assistée au partenaire par l'Organisation mondiale de la santé [OMS]) est une approche qui peut améliorer la couverture et l'efficacité des tests tout en identifiant également les personnes infectées par le VIH, non diagnostiquées. Il s'agit d'identifier systématiquement les enfants et les partenaires sexuels et d'injection de drogues actuels et anciens de personnes nouvellement ou précédemment diagnostiquées séropositives, puis de les impliquer dans des services de dépistage du VIH. Les tests peuvent être effectués dans un établissement de santé ou dans la communauté, selon les services fournis par le gouvernement et les homologues communautaires. Divers programmes et études ont démontré la faisabilité, l'acceptabilité et le rendement élevé des tests index. Lorsqu'ils sont combinés avec des services de sensibilisation communautaires et de référence du réseau de risque, ils font partie d'un modèle complet de recherche de cas.

Aperçu de la formation

Objectif

Ce guide des facilitateurs et les diapositives PowerPoint qui l'accompagnent sont destinés aux programmeurs VIH qui souhaitent former et développer, adapter ou réviser les services de test index pour les personnes vivant avec le VIH et leurs enfants, les partenaires sexuels et les consommateurs de drogues injectables, et les pairs visant leur risque et réseaux sociaux. Le package comprend des outils qui peuvent être facilement adaptés au contexte local du pays. Il comprend également des conseils à la fin de la formation sur l'élaboration et l'articulation d'un plan, d'un calendrier et des rôles et responsabilités liés à l'intégration du test index dans la programmation du VIH.

¹ <https://www.unaids.org/en/resources/fact-sheet> 2020

Objectifs d'apprentissage des participants

Les participants :

- Comprennent les éléments d'une approche complète de test index
- Explorent comment créer un environnement propice aux tests index et assurent la sûreté et la sécurité des clients des PC et de leurs partenaires
- Découvrent comment les tests index peuvent être intégrés à d'autres options de référence pour optimiser la recherche de cas
- Développent / adaptent des étapes de service spécifiques et le flux de clients, et déterminent les outils et aides de travail requis pour soutenir les tests index dans leur contexte national
- Revoient les techniques de counseling de motivation et leur application au matériel
- Apprennent à poser des questions et à répondre aux cas de violence conjugale *
- Adaptent les messages critiques pour introduire et impliquer les clients dans les tests index
- Pratiquent la prestation de services de test index par le biais de jeux de rôle basés sur des scénarios réels
- Examinent les exigences de base en matière de surveillance et de rapport et apprennent à évaluer la contribution d'une approche de test index local aux efforts de recherche de cas
- Développent un plan d'action menant à la mise en place de tests index

* *Bien que la violence entre partenaires intimes soit abordée dans cette formation, il est fortement recommandé aux participants de suivre une formation distincte sur la violence conjugale. PEPFAR et LINKAGES / EpiC proposent des options. Veuillez contacter Robyn Dayton pour plus d'informations rdayton@fhi360.org.*

Temps et exigences de préparation

La formation nécessitera trois jours complets, sans compter la préparation préalable :

1. Comprendre comment les tests index et la référence au réseau de risque sont déjà menés dans le pays
2. Déterminer les ressources à engager tout au long de la planification et de la mise en œuvre de la formation (y compris qui pourrait faire partie du panel de clients de personnes vivant avec le VIH au cours du jour 2 à la session 9)
3. Adapter la formation au contexte local - cela comprendra la consolidation et l'articulation des données pour les sessions 2 et 3, l'élargissement ou la suppression de parties de la formation en fonction des niveaux de compétence existants des participants et de la formation précédente, l'identification des lois et politiques pertinentes, l'élaboration d'une liste des organisations et agences auxquelles le personnel du programme peut référer des clients, et l'adaptation de toutes les procédures opérationnelles normalisées (SOP) qui seront introduites pendant la formation (des exemples de SOP concernant la surveillance des événements indésirables, l'enquête et la réponse et l'identification et la réponse à la violence du partenaire intime sont disponibles)

4. 4. Déterminer ceux qui devraient être formés, et identifier et former des facilitateurs efficaces, y compris des membres des PC, le cas échéant
5. Identifier et préparer un avocat spécialisé dans les droits de l'homme qui peut participer à la formation

Toute préparation et mise en œuvre doit être continuellement guidée par l'expertise et l'expérience des membres des PC et doit donner la priorité à la sécurité des membres des PC.

Contenu et structure du programme de formation

La formation comprend 15 sessions. Chaque session contient des diapositives, des notes de conférencier et des instructions d'activité. En outre, le module de formation comprend des documents à utiliser pour des activités spécifiques et des instructions pour le développement et / ou l'adaptation d'outils pendant et après la formation. Un exemple d'agenda détaillé est fourni à la fin de cet aperçu.

Perspectives des clients des PC

Tout au long de la formation, les participants auront l'occasion d'explorer leurs valeurs personnelles et leurs croyances liées aux PC et d'examiner comment celles-ci affectent l'accès des membres des PC à la sécurité et aux services. Les participants entendront également les membres des PC lors d'une table ronde pour en savoir plus sur leurs expériences avec les tests index et les types de soutien qu'ils préfèrent.

Test index dans le contexte d'un dépistage complet des cas pour les populations clés

Numéro de session	Titre	Contenu / objectif
1	Introductions	Les participants apprennent à se connaître et discutent des objectifs et des attentes de la formation.
2	Préparer le terrain	Fournit un aperçu de l'historique, de l'évolution et des preuves des approches de test index.
3	Test index en [PAYS] - perspectives locales (facultatif)	Les parties prenantes locales présentent la manière dont les tests index sont déjà menés dans le contexte national.
4	Étapes du test index	Fournit un aperçu des principales étapes du test index, y compris les options que les clients peuvent choisir pour la notification des partenaires
5	Principes fondamentaux et normes minimales	Discute de certains des éléments qui doivent être en place pour maintenir la sûreté et la sécurité des clients.
6	Outils et flux pour les tests index	Offre aux participants l'occasion d'examiner les outils couramment utilisés et le flux client pour les services de test index. Les participants suivront des étapes spécifiques et proposeront des ajustements généraux en fonction du contexte local.

Test index dans le contexte d'un dépistage complet des cas pour les populations clés

Numéro de session	Titre	Contenu / objectif
7	Référence du réseau de risque	Présente les concepts de référence de réseau de risque et comment il peut être intégré aux tests index et aux approches de référence ciblées dans la cadre d'un modèle complet.
8	Panneau client	Comprend les clients des PC et partenaires vivant avec le VIH qui ont subi un test index et / ou une référence au réseau de risque qui peuvent fournir une expérience de première main et des informations sur le processus pour aider les participants à mieux comprendre les obstacles, les risques et les avantages du test index et de l'orientation pour les membres des PC.
9	Construire une approche localisée de test index et de référence du réseau de risque	Offre aux participants la possibilité d'entrer plus en détail dans le développement / l'adaptation de modèles spécifiques de test index pour leur contexte national, y compris des recommandations sur des outils spécifiques, et les rôles et responsabilités des principaux acteurs.
10	Counseling de motivation	Examine les principales techniques de counseling de motivation et propose des scénarios réalistes pour que les participants mettent en pratique leurs compétences.
11	Interroger et réagir à la violence entre partenaires intimes	Aborde les considérations importantes en posant des questions et en répondant à la violence entre partenaires intimes dans le contexte de la programmation des PC.
12	Messagerie	Permet de réviser les messages existants et de réviser ou de développer de nouveaux messages pour introduire des approches de test index adaptées aux clients PC.
13	La pratique rend parfait	Fournit de multiples opportunités aux participants de s'exercer à utiliser les compétences qu'ils ont apprises / examinées dans des jeux de rôle basés sur des scénarios réalistes.
14	Assurance de la qualité, suivi et notification des événements indésirables et tests index REM	Présente aux participants les normes de suivi et de rapport pour les tests index, et comment les données peuvent être caractérisées pour évaluer dans quelle mesure les approches de test index contribuent à la recherche de cas.
15	Plan d'action	Guider l'élaboration d'un plan d'action comprenant le calendrier et les rôles et responsabilités des principaux acteurs.

Public visé et taille de la classe

Ce programme est destiné à être utilisé par le personnel qui interagit régulièrement avec les clients (par exemple, ceux qui participent activement à la prestation de services). Les participants en bénéficieront le plus s'ils ont une expérience préalable de la communication comportementale stratégique avec les membres de la population cible, et au minimum une formation de base en compétences et contenu en communication. Les participants doivent également avoir au moins une

compréhension de base de la santé sexuelle, du VIH et du sida, des stratégies de réduction des risques et / ou du traitement, en fonction de leur objectif.

La formation est conçue pour être hautement interactive, avec des opportunités pour les participants de partager leurs réflexions en paires, en petits groupes et en séances plénières. Plus il y a de participants, plus le temps nécessaire pendant les activités et les discussions est long pour s'assurer que tout le monde est pleinement impliqué. Nous vous recommandons de ne pas former plus de 25 personnes à la fois.

Méthodologie de formation

Cette formation est basée sur les principes de l'éducation des adultes et emploie une combinaison de présentations, de discussions en petits et grands groupes, d'activités et de pratiques / jeux de rôle guidés. Les concepts et compétences clés sont présentés via PowerPoint (ou des diapositives manuscrites), une démonstration de l'animateur et une discussion. Les participants auront l'occasion de participer ou de regarder des démonstrations de compétences et de se fournir des commentaires pour améliorer leurs performances. Idéalement, la pratique guidée devrait être renforcée par un suivi et un mentorat de routine sur le terrain à l'aide d'outils d'assurance qualité qui ont été modifiés pour incorporer les compétences et concepts clés, couverts dans cette formation.

Aperçu des sessions

Un exemple d'agenda est fourni ci-dessous. Vous trouverez ci-après des descriptions de session qui incluent une durée estimée de la session, le matériel requis et des notes. Les heures réelles peuvent varier en fonction du nombre de participants et des adaptations apportées pour répondre à leurs besoins, et les heures des sessions doivent être révisées par le facilitateur au besoin. De plus, certaines sessions commencent par une remarque sur la planification à venir. Ces remarques peuvent décrire la préparation nécessaire pour cette session spécifique ou la préparation requise pour l'ensemble de l'atelier.

REMARQUE : Les présentations PowerPoint qui font partie de ce module de formation comprennent des notes détaillées, certaines avec des scripts, pour chaque diapositive. Il est important de revoir les notes en tandem avec les aperçus des sessions de ce guide tout en se préparant à dispenser la formation. Les *notes en italique* dans les PowerPoint sont fournies sous forme de scripts facultatifs. Ceux-ci sont destinés à être prononcés lors de la présentation. Les notes non activées dans les PowerPoint sont des instructions ou des notes destinées à l'animateur. Elles ne sont pas destinées à être prononcées.

Type de notes PPT	Exemple
Italique (parlée)	<i>Lors des tests index, il est important de noter qui est impliqué dans le processus.</i>
Pas en italique (non prononcée)	Assurez-vous de revoir les objectifs à la fin de chaque journée pour déterminer les progrès et les ajuster au besoin.
Mixte (certaines parlées, certains non-prononcés)	<i>Les étapes de base du test index sont les suivantes</i> [décrivez les étapes répertoriées].

EXEMPLE D'AGENDA DE FORMATION

Jour 1 : Jour, DATE Test Index							
Heure de début	Heure de fin	Durée	Activité	Format de facilitation	Facilitateur	Détails de la session	
8h45	9h00	15mn	Enregistrement				
9h00	9h15	15mn	Bienvenue	Présentation : Mot d'ouverture des intervenants clés		Personnaliser pour le contexte du pays	
9h15	9h30	15mn	Session 1. Présentations, programme d'examen et objectifs, attentes et accords	Présentation et activité facultative : Présentation des participants (nom, organisation et titre) ; Revoir l'agenda, avec des objectifs		Présentation du (des) facilitateur (s) et animation d'une activité d'échauffement facultative (fournie dans le Guide du facilitateur). Les participants apprendront à se connaître en offrant une série de présentations, suivies d'un examen de l'agenda et des accords, et où des questions peuvent être déposées pour discussion (parking) si nécessaire	
9h30	10h00	30mn	Session 2. Préparer le terrain : Historique et évolution des tests index, de la terminologie et des preuves	Présentation et questions / réponses		Historique des tests index, y compris la terminologie clé, la justification et les preuves mondiales et locales.	
10h00	10h20	20mn	Pause thé				
10h20	10h40	20mn	FACULTATIF Session 3. Test index en [PAYS] : perspectives locales	Présentation et discussion : présente la politique locale sur les tests index et le rôle de la société civile		Présentation des stratégies de test index menées dans le contexte local. REMARQUE : des étapes spécifiques pour les tests index seront introduites dans la session suivante.	
10h40	11h10	30mn	Session 4. Étapes du test index	Présentation et activité : Vue d'ensemble des étapes de base du test index		Présentation sur les étapes du test index et une activité pour amener les participants à réfléchir aux moyens d'atteindre les contacts de la communauté à l'aide de tests ciblés.	
11h10	12h00	50mn	Session 5. Créer un environnement propice aux tests index	Activité, travail de groupe et présentation : Remue-méninges sur les obstacles / risques potentiels et les avantages des tests index ; discussion des composants critiques pour assurer une mise en œuvre sûre et efficace		Bref quiz en plénière pour amener le groupe à réfléchir aux problèmes éthiques liés aux tests index et à l'activité de groupe au rythme rapide pour réfléchir aux éléments habilitants potentiels, aux risques / obstacles et aux solutions pour y remédier. Les groupes tourneront à cinq stations différentes pour discuter (1) de la confidentialité, (2) de la sécurité, (3) de la stigmatisation, (4) de la divulgation et (5) des questions juridiques. Les animateurs bénévoles de chaque station resteront stationnaires pendant la rotation des groupes. La discussion se poursuivra avec les éléments critiques qui doivent être en place pour assurer une mise en œuvre éthique / efficace.	

EXEMPLE D'AGENDA DE FORMATION

Jour 1 : Jour, DATE Test Index						
Heure de début	Heure de fin	Durée	Activité	Format de facilitation	Facilitateur	Détails de la session
12h00 Midi	13h00	1h00	Heure du déjeuner			
13h00	14h10	1h10	Session 6. Outils et flux pour les tests index	Présentation et activité : Vue d'ensemble des outils couramment utilisés pour les tests index ; activité de groupe pour parcourir les étapes spécifiques des tests index.		Présentation des outils communs utilisés pour documenter et assurer des services appropriés adaptés aux préférences des clients. L'activité de groupe donnera aux participants l'occasion de réfléchir aux étapes spécifiques du test index et d'identifier les compétences et les interventions qui peuvent être nécessaires tout au long.
14h10	15h15	1h05	Session 7. Référence du réseau de risque	Présentation et brève activité : Vue d'ensemble de la référence du réseau de risque et examen de la façon dont elle peut être intégrée aux tests index et à la référence ciblée.		Les participants seront initiés aux concepts de base de l'orientation vers un réseau de risque et comment il peut aider un programme à pénétrer plus profondément dans les réseaux sociaux et sexuels / d'injection de drogues pour trouver les personnes les plus à risque. La brève activité donnera aux participants l'occasion de décider du type d'options qu'ils pourraient offrir à un client en fonction de la situation et des souhaits du client.
15h15	15h30	15mn	Pause thé			
15h30	16h00	30mn	Bilan du jour 1 et clôture	Discussion plénière et réflexions : Jour 1.		Discussion en plénière, réflexions et questions / réponses sur les enjeux et les étapes des tests index discutés tout au long de la journée. Problèmes déposés qui restent sans réponse sur le parking.

EXEMPLE D'AGENDA DE FORMATION

Jour 2 : Jour, DATE Test Index						
Heure de début	Heure de fin	Durée	Activité	Format de facilitation	Facilitateur	Détails de la session
9h00	9h15	15mn	Bienvenue et retour sur le jour 1	Quiz bonbon : Testez votre rappel des points clés abordés au jour 1.		Les participants auront l'occasion de répondre à des questions sur les principaux problèmes et éléments discutés le jour 1 (prix de bonbons fournis pour des réponses précises).
9h15	10h00	45mn	FACULTATIF Session 8. Panneau client	Table ronde et questions-réponses : de vrais clients de la communauté apportent leurs réflexions et leurs expériences dans les tests index.		Les clients vivant avec le VIH qui ont été invités de la communauté mèneront une table ronde, racontant leurs expériences avec les tests d'index. Les participants auront l'occasion de poser des questions et d'apprendre des expériences des clients.
10h00	10h20	20mn	Pause thé			
10h20	12h00	1h40	Session 9. Construire une approche localisée de test index et de référence du réseau de risque	Présentation et activité : Discussion sur les principales considérations et questions liées à l'adaptation / révision locale des tests index et de la référence au réseau de risque.		Les participants discuteront des principales considérations et questions relatives à l'adaptation locale, à la révision et / ou à la mise en œuvre des tests index et de la référence au réseau de risque, compte tenu des divers intervenants, organisations et individus qui peuvent être impliqués. Au cours de l'activité de groupe, les participants réfléchiront aux réponses / solutions aux questions clés et feront rapport.
12h00	13h00	1h00	Heure du déjeuner			
13h00	14h30	1h30	Session 10. Counseling de motivation	Présentation et activité : Examen des principales techniques de counseling de motivation et de leur pertinence pour le test index ; activités de groupes.		Les participants passeront en revue les principales techniques de counseling de motivation (écoute réflexive, affirmation, questionnement et demander-dire-demander) et discuteront de leur pertinence pour le test index. Les activités de groupe aideront à renforcer l'importance des compétences comme moyen de renforcer la confiance avec les clients et de les aider à fournir des informations cruciales pour comprendre leur point de vue et soutenir leurs propres motivations pour le changement.
14h30	15h00	30mn	Session 11. Interroger et répondre à la violence entre partenaires intimes (VPI)	Présentation et activité : Approche LIVES pour poser les questions appropriées et fournir les services / réponses nécessaires au VPI.		Les participants découvriront les exigences minimales qui doivent être en place pour assurer la sûreté et la sécurité des clients des PC lorsqu'ils posent des questions sur la violence et y répondent. Ils apprendront également l'approche LIVES pour le soutien de première ligne afin de s'assurer qu'ils posent les questions appropriées et que les clients reçoivent des services de suivi.
15h00	15h15	15mn	Pause thé			

EXEMPLE D'AGENDA DE FORMATION

Jour 2 : Jour, DATE Test Index						
Heure de début	Heure de fin	Durée	Activité	Format de facilitation	Facilitateur	Détails de la session
15h15	16h30	1h15	Session 11. Suite			
16h30	16h45	15mn	Bilan du jour 2 et clôture	Discussion plénière et réflexions : Jour 2		Discussion en plénière, réflexions et questions / réponses sur l'approche localisée et les problèmes clés associés à une communication appropriée. Déposer les problèmes qui restent sans réponse sur le parking.

EXEMPLE D'AGENDA DE FORMATION

Jour 3 : Jour, DATE Test Index							
Heure de début	Heure de fin	Durée	Activité	Format de facilitation	Facilitateur	Détails de la session	
9h00	9h15	15mn	Bienvenue et retour sur le jour 2	Quiz bonbon : Testez votre rappel des points clés abordés au jour 2.		Les participants auront l'occasion de répondre aux questions sur les principaux problèmes et éléments discutés le jour 2 (prix de bonbons fournis pour des réponses précises).	
9h15	10h15	1h00	Session 12. Messagerie	Activité de groupe : Développement / adaptation de messages clés et de scripts à fournir en personne et en ligne (le cas échéant).		Les participants travailleront en groupes pour examiner les messages existants en aidant les clients à référer leurs partenaires, et / ou développer / adapter / réviser les messages pour le contexte local. Les messages comprendront des modalités en face-à-face et en ligne pour introduire le concept de notification et de référence aux partenaires, y compris les quatre types de test index, la référence au réseau de risque et la référence ciblée.	
10h15	10h0	15mn	Pause thé				
10h30	12h30	2h00	Session 13. La pratique rend parfait	Jeux de rôle pour mettre en pratique les compétences de test index et les messages développés / adaptés.		Les participants se répartiront en groupes de trois (client, conseiller et observateur) pour pratiquer une série de jeux de rôle. Les groupes auront la possibilité de faire rapport après chaque jeu de rôle pour commenter leurs expériences et leurs observations.	
12h30	13h30	1h00	Heure du déjeuner				
13h30	14h00	30mn	Session 14. Suivi et rapports sur les tests index	Présentation et discussion sur les moyens potentiels par lesquels les programmes peuvent représenter et analyser les données pour suivre l'orientation des partenaires et tester les interventions.		Les participants apprendront comment les programmes ont représenté et analysé les données du programme pour évaluer l'efficacité et la contribution des tests index à la recherche de cas et à l'inscription au traitement.	
14h00	15h00	1h00	Session 15. Plan d'action	Élaboration de plans d'action en plénière pour clarifier qui fera quoi, quand, et où.		Les participants collaboreront en plénière (ou en petits groupes le cas échéant) pour développer un plan d'action de test index et d'orientation du réseau de risque qui décrit les activités spécifiques / le soutien / l'assistance technique / les ressources nécessaires pour obtenir des résultats. Les domaines d'intérêt pourraient inclure a) la dotation en personnel et le transfert des tâches ; b) des outils pour les conseillers / prestataires et les partenaires ; c) documentation et outils / processus de suivi et d'évaluation ; d) la planification de l'augmentation du nombre de cas (relier les personnes vivant avec le VIH au traitement, au soutien, à l'orientation vers la prophylaxie pré-exposition [PrEP]) ; et e) les étapes programmatiques de la mise en œuvre.	

EXEMPLE D'AGENDA DE FORMATION

Jour 3 : Jour, DATE Test Index						
Heure de début	Heure de fin	Durée	Activité	Format de facilitation	Facilitateur	Détails de la session
15h00	15h15	15mn	Heure du déjeuner			
15h15	15h30	15mn	Bilan du jour 3 et clôture	Les principales conclusions et les prochaines étapes convenues ont été examinées et les questions et réponses finales ; remarques de clôture		Le facilitateur passera en revue les conclusions pertinentes des jeux de rôle et les étapes convenues de la session de planification.

Descriptions de la session

JOUR 1

Bienvenue

Durée : 5 à 15 minutes selon les remarques d'ouverture des principaux intervenants

Matériels :

- Formation PowerPoint - Jour 11 (avec des adaptations au besoin)

Objectifs : À la fin de cette session, les participants auront :

- J'ai été présenté aux principaux intervenants et appris pourquoi les tests index sont une priorité pour eux



1. Projetez la diapositive de titre de la présentation de Jour 1.

Présentez-vous, accueillez les participants dans la salle et remerciez-les d'avoir participé au jour 1 de la formation sur les tests index et la référence au réseau de risque.

Notez que vous ferez bientôt des présentations de groupe complètes.

Avant de commencer, demandez si tout le monde est à l'aise avec la température ambiante et la disposition des sièges ou si quelque chose doit être ajusté.

Aperçu des sessions

Jour 1	Jour 2	Jour 3
1 Introduction	8 Rencontre client	12 Message
2 La mise en scène	9 Construire un test index localisé et une approche RNT	13 La pratique rend parfait
3 Test index en [PAYS]	10 Counseling de motivation	14 Assurance qualité, surveillance et notification des événements indésirables, et suivi, évaluation et rapports du test index
4 Étapes du test index	11 Interagir et réagir à la violence entre partenaires intimes	15 Plan d'action
5 Principes fondamentaux et normes minimales		
6 Outils et flux pour les tests index		
7 Référence réseau de risque (RNR)		

2. Nous en couvrirons beaucoup au cours des trois prochains jours.

Bien que la formation se concentre sur les tests index, nous discuterons également de la référence au réseau de risque, une approche qui complète les tests index, et comment les approches, ainsi que les tests ciblés, s'intègrent dans le modèle de traitement et de test plus large.

Le jour 2, nous commencerons la journée par une table ronde avec des clients qui vivent avec le VIH, qui ont subi des tests index et qui peuvent nous aider à apprendre de leurs expériences. Nous adapterons ensuite les approches dont nous discuterons aujourd'hui au contexte [PAYS] et apprendrons (ou passerons en revue) les compétences clés en matière de counseling de motivation pour soutenir ces approches. Enfin, mais surtout, nous apprendrons à poser des questions sur la violence conjugale et à y répondre.

Le jour 3, nous commencerons par adapter les messages clés à utiliser dans nos approches de test index. Ensuite, nous

passerons un temps considérable à pratiquer les tests index dans des jeux de rôle. Ensuite, nous discuterons de la façon dont nous pouvons examiner certaines données de base de notre programme pour surveiller l'efficacité de nos efforts de test index pour améliorer le dépistage des cas. Enfin, nous passerons la dernière session à créer un plan d'action afin que nous soyons tous clairs sur les prochaines étapes, qui dirigera et soutiendra, et leur calendrier.

Session 1. Présentations, révision de l'agenda et objectifs, attentes et accords

Durée : 15 minutes

Matériels :

- Formation PowerPoint - Jour 1 (avec les adaptations indiquées dans le fichier PowerPoint)
- Flipchart et marqueurs
- Liste des catégories et options (si l'option 1 brise-glace ci-dessous est choisie)
- Balle (si l'option 2 brise-glace ci-dessous est choisie)

Objectif : À la fin de cette session, les participants auront :

- Appris à se connaître en proposant une série de présentations
- Révisé l'agenda et les accords
- Discuté et compris où les questions peuvent être déposées pour discussion (parking) si nécessaire



3. *Dans cette session d'introduction, nous présenterons tout le monde dans la salle, discuterons des objectifs de cette formation, passerons en revue les accords de formation et effectuerons un bref exercice pour mettre de côté mentalement tout ce qui peut nous causer du stress.*

INSÉRER UNE PHOTO LOCALE PERTINENTE ICI,
METTRE DERRIÈRE LE TEXTE CI-DESSOUS

Bienvenue et présentations

4. Préparez une diapositive de bienvenue pertinente au niveau local.

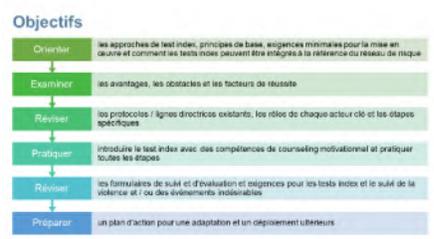
Présentez-vous (le facilitateur), le cas échéant, et demandez aux participants de se présenter brièvement.

Facultatif : animez une activité physique interactive pour présenter chacun des participants. Choisissez parmi l'une des trois options ci-dessous.

Option 1. Aux quatre coins de la pièce. Identifiez une catégorie (par exemple, la couleur préférée) et listez quatre options, en identifiant chaque option avec un coin dans la pièce. Demandez aux participants d'aller dans le coin qui représente leur préférence. Répétez 5 à 10 fois avec d'autres catégories et options (p. ex., aliments, passe-temps, vacances de rêve). Les options peuvent également être construites comme « que préférez-vous », ou comme des déclarations (par exemple, je préfère travailler : a) avec une équipe, b) seul, c) parfois avec une équipe et parfois seul, d) ne pas travailler tout). Après quelques tours, demandez aux participants de présenter chacun leur nom, leur organisation, leur rôle et pourquoi ils sont dans ce « groupe / catégorie » en fonction de leur réponse à la question / thème.

Option 2. Lancer de balle. Demandez aux participants de former un cercle. Lancez la balle à quelqu'un et dites-lui quelque chose sur vous qu'il ne savait pas (cela pourrait être n'importe quoi, de votre plat préféré à quel appareil de cuisine / article vous seriez et pourquoi.) Continuez jusqu'à ce que tous les participants se soient présentés.

Option 3. S'aligner. Identifiez une catégorie et demandez aux participants de s'aligner dans l'ordre (par exemple, taille, mois d'anniversaire, nombre d'années de travail dans le VIH). Puis demandez à chaque participant de se présenter.



- Présenter l'objectif général de la formation : orientez les participants sur les pratiques actuelles en matière de test index et d'orientation des réseaux de risque pour améliorer le recours au dépistage du VIH parmi les personnes les plus à risque afin d'accélérer et de maîtriser l'épidémie.

Résumez les objectifs d'apprentissage et de renforcement des compétences prévus et demandez aux participants s'ils ont des questions ou des attentes différentes (ajustez au besoin avant la formation).

Reportez-vous au flipchart « Parking » où les commentaires et questions importants qui ne sont pas visés par l'objectif / les objectifs immédiats de l'atelier seront enregistrés et traités d'ici la fin de l'atelier.

Assurez-vous de revoir les objectifs à la fin de chaque journée pour déterminer les progrès et les ajuster au besoin.



6. Passez brièvement en revue l'agenda (concentrez-vous sur les heures de début, les pauses, les repas et les plans pour terminer la journée à l'heure).

Faites un remue-méninge avec les participants sur les accords de groupe qu'ils aimeraient intégrer dans la formation et notez-les sur un tableau blanc ou un flipchart.

Celles-ci peuvent inclure le respect des heures de début, de fin et de pause ; s'assurer que les téléphones portables et les ordinateurs ne sont utilisés qu'en dehors de la salle de l'atelier ; honorez les opinions des autres avec respect ; évitez les conversations latérales, etc.

Demandez si tout le monde se sent à l'aise avec les accords.

Demandez aux participants s'ils sont à l'aise si vous (le facilitateur) ajustez l'ordre du jour au besoin pour s'adapter au rythme naturel et à l'apprentissage du groupe (l'ordre du jour est un guide). Répondez aux questions ou préoccupations.

Demandez s'il y a des objectifs ou des attentes spécifiques du groupe en dehors de la formation et incluez-les sur la page du flipchart « Parking ».



7. **Facultatif** : Demandez aux participants de réfléchir à quelque chose qui pèse sur eux, qui cause du stress ou de la distraction.

Demandez à chaque personne de prendre une minute ou deux pour écrire sur une feuille de papier ou sur une carte-note quel que soit le (s) problème (s) les concernant.

Une fois que tout le monde a fini de noter son (ses) problème (s), demandez-lui de plier son papier en deux ou en quatre, et placez-le quelque part dans son sac pour le conserver pour plus tard.

Il n'y a pas de suivi spécifique pour cette activité, ce qui peut servir à aider les gens à se concentrer sur la formation.

Session 2. Préparer le terrain : historique et évolution des tests index, de la terminologie et des preuves

Durée : 15 minutes

Matériels :

- Formation PowerPoint - Jour 1 (avec les adaptations indiquées dans le fichier PowerPoint)
- Flipchart et marqueurs

Objectifs : À la fin de cette session, les participants :

- Comprendre l'historique, l'évolution et les preuves des approches de test index

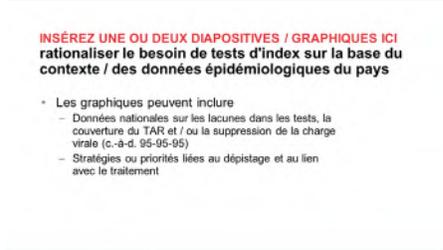


8. *Au cours de cette session, nous présenterons brièvement les tests index et discuterons de l'origine, de la terminologie et des preuves à l'appui de l'approche.*



9. *Il est important de noter que les tests index et la référence au réseau de risque ne sont pas des concepts nouveaux, comme nous le verrons bientôt.*

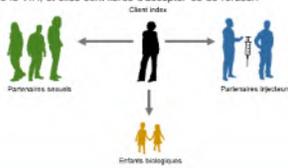
L'intention de cet atelier est de s'appuyer sur l'expérience existante en matière de recherche de cas et d'introduire ou d'améliorer des approches qui donnent la priorité et protègent les personnes vivant avec le VIH tout en favorisant la recherche de cas et le lien avec les soins et le traitement. Le but ultime de ces approches est de contribuer à la maîtrise de l'épidémie.



10. *À l'aide des données nationales disponibles, démontrer les lacunes existantes en matière de dépistage, de couverture du traitement antirétroviral (TAR) et de suppression virale, pour aider à préparer le terrain / la justification d'une approche conçue pour améliorer le dépistage des cas.*

Veillez noter que le dépistage du VIH étant le point d'entrée dans le continuum des services de lutte contre le VIH, les programmes devront innover et / ou utiliser de nouvelles approches fondées sur des données probantes pour combler ces lacunes. Une façon de faire est de s'engager directement avec les clients existants qui vivent avec le VIH.

Le test index est une approche de recherche de cas qui se concentre sur la recherche des partenaires sexuels ou du partage de seringues et des enfants biologiques de personnes séropositives et leur offre des services de dépistage du VIH. Le test index est un service entièrement volontaire offert aux personnes vivant avec le VIH, et elles sont libres d'accepter ou de refuser.



11. Sur la base de la définition du PEPFAR, le test index est une approche de recherche de cas qui se concentre sur la recherche des partenaires sexuels ou du partage de seringues et des enfants biologiques * des personnes séropositives et leur offre des services de dépistage du VIH. Le test index est un service entièrement volontaire offert aux personnes vivant avec le VIH et elles sont libres d'accepter ou de refuser.

**Conformément à la COP20, le PEPFAR donne la priorité à l'extension des tests index des enfants biologiques, y compris les enfants de mères vivant avec le VIH et, si le statut de la mère est inconnu, les enfants de pères biologiques.*

REMARQUE : Mettez en évidence des mots clés tels que « volontaire », « susciter » et « référer », et demandez pourquoi les partenaires sexuels et injecteurs et les enfants biologiques pourraient faire l'objet de tests d'index.

Par « susciter », nous entendons permettre au client index de consentir volontairement à fournir les noms et les coordonnées (si disponibles) de toutes les personnes répondant aux critères en tant que partenaires sexuels, partenaires d'injection et / ou enfants biologiques. Nous discuterons plus tard dans la formation de ce qu'il faut faire avec les contacts qui peuvent présenter un risque de violence pour le client.

Par « référer », nous entendons soit divulguer à ces personnes qu'elles peuvent avoir été exposées à l'infection par le VIH et les référer pour un test, soit travailler avec quelqu'un comme un prestataire qui peut fournir ces informations aux individus et leur proposer un test.

Le but du test index est de briser la chaîne de transmission du VIH en proposant le dépistage à toute personne qui a été exposée au VIH et en la reliant au traitement du VIH, si elle est positive, ou aux services de prévention, y compris la PrEP, les préservatifs et la circoncision (le cas échéant), si négatif.

Notez que les tests index doivent inclure les enfants biologiques de mères vivant avec le VIH comme moyen de diagnostiquer les enfants qui n'ont pas été identifiés par la prévention de la transmission mère-enfant (PTME) ou le diagnostic précoce du nourrisson (EID).

Nous parlerons en détail des approches spécifiques recommandées dans cette formation.

Le test index est parfois appelé :



- notification aux partenaires
- suivi des contacts
- référence de partenaire
- autre ?

12. *Il existe un certain nombre de termes différents utilisés pour désigner le processus de collaboration avec les clients séropositifs existants pour informer leurs partenaires de l'exposition au VIH et les encourager à effectuer un test.*

Dans [NOM DU PAYS / RÉGION OU VOUSFAITES LA FORMATION], il est souvent appelé [TERME LOCALE].

Afin d'éviter toute confusion, nous pouvons prendre un certain temps maintenant pour nous assurer que tout le monde se sent à l'aise avec le terme test index et ce qu'il signifie. Quelle est la meilleure façon de faire référence aux tests index ici en [PAYS] ?

Étapes du test index

- 1) Introduire le concept de test index pendant la session de pré-test ou la visite PTME / TAR.
- 2) Offrir un test de dépistage en tant que service volontaire à tous les clients séropositifs et non réprimés violemment.
- 3) Si le client accepte la participation, obtenir le consentement pour s'enquêter de son (ses) partenaire (s) et enfant (s) biologique (s).
- 4) Obtenir une liste des partenaires sexuels et du partage de seringues et des enfants biologiques <19 avec un statut VIH inconnu.
- 5) Effectuer une évaluation des risques de violence entre partenaires intimes (VPI) pour chaque partenaire désigné.
- 6) Si le client y consent, déterminez la méthode préférée du client pour la notification du partenaire ou le test des enfants pour chaque partenaire / enfant nommé.
- 7) En utilisant l'approche préférée, contactez tous les partenaires nommés et les enfants biologiques <19 avec un statut inconnu.
- 8) Enregistrer les résultats de la notification du partenaire et des tests familiaux.
- 9) Fournir des services appropriés aux enfants et aux partenaires en fonction de leur statut VIH.
- 10) Faire un suivi avec le client pour évaluer tout événement indésirable associé aux tests index.

13. *Voici les 10 étapes de base du test index. Nous entrerons dans le détail de chacune de ces étapes au fur et à mesure que nous progressons dans la formation, y compris les différentes façons dont un client pourrait décider d'aviser un partenaire potentiel qui pourrait avoir été exposé à une infection.*

Les étapes de base du test index sont les suivantes [décrivez les étapes répertoriées].

PAS un nouveau concept

- Utilisé depuis des décennies pour les infections sexuellement transmissibles et la tuberculose
- Employé pour le VIH principalement auprès des populations générales, mais récemment auprès des populations clés
- Fait déjà partie du conseil post-test et TAR dans de nombreux pays

14. *Bien qu'il puisse sembler que le test index est un nouveau concept, il s'agit d'une approche de santé publique depuis de nombreuses années, notamment pour le suivi des infections sexuellement transmissibles et des personnes qui peuvent avoir été exposées à la tuberculose.*

Plus récemment, compte tenu de la réduction des ressources et de la nécessité d'obtenir des rendements plus élevés, les programmes ont utilisé le test index pour concentrer le dépistage du VIH sur les personnes les plus à risque, y compris les partenaires sexuels et les partenaires d'injection de drogues des clients vivant avec le VIH et leurs enfants.

De nombreux pays ont déjà des tests index dans le cadre de leurs protocoles nationaux de dépistage et de traitement du VIH, mais le langage et les conseils peuvent ne pas être adaptés aux populations clés.

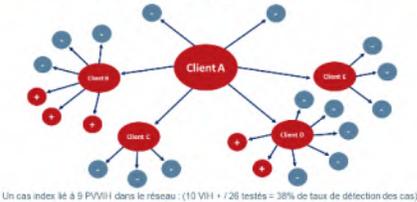
[Demandez aux participants pourquoi les populations clés pourraient avoir besoin de conseils personnalisés. Évitez de passer trop de temps sur cette discussion car il y aura une activité de groupe pour explorer les considérations spéciales pour les PC et les tests index plus tard dans la journée].

Plusieurs essais ont démontré que le test index peut augmenter le recours au dépistage du VIH et identifier les partenaires avec une infection non diagnostiquée sans rapport de violence grave entre partenaires intimes.



15. Plusieurs études scientifiques ont montré que les tests index - lorsqu'ils sont effectués correctement - peuvent conduire à une détection plus rapide des cas, mais la plupart des recherches se sont concentrées sur la population générale. Il existe également des études montrant que les tests index sont sûrs, acceptables et efficaces chez les PC.

Les tests index ont conduit à l'identification de plusieurs nouveaux cas au Vietnam



16. Ce graphique d'un programme au Vietnam montre comment un client qui a accepté les services de test index (Client A dans le centre) a aidé le programme à identifier quatre autres personnes qui avaient eu des injections ou des contacts sexuels avec le client et qui vivaient également avec le VIH (Clients B à E).

Chacun des quatre partenaires a également accepté les services de test index et, par conséquent, cinq autres personnes vivant avec le VIH ont été identifiées.

En tout, y compris le premier client, 26 personnes au total ont accepté un test. Dix vivaient avec le VIH, ce qui représente un rendement de 38%.

Quel pourrait être l'avantage de renvoyer les contacts sexuels et toxicomanes des clients index qui finissent par être testés négatifs ?

[Ces personnes adoptent des comportements à haut risque grâce à leurs contacts avec le client index et bénéficieront donc de services de prévention et feront partie du programme].

Une forte proportion de nouvelles infections à VIH touche les populations clés et leurs partenaires



17. **REMARQUE** : Le but de cette diapositive est d'aider à démontrer quantitativement le besoin de tests et de liens avec le traitement parmi les PC dans le pays où vous vous entraînez. Le diagramme à secteurs à droite doit être modifié pour refléter les données du pays local où la formation a lieu. Le pourcentage en ROUGE devra également être ajusté. Le graphique à secteurs de gauche devra peut-être être ajusté si l'ONUSIDA dispose de données plus récentes.

Alors, pourquoi y aurait-il une forte pression pour les tests index ici en [NOM DU PAYS] ?

Le graphique de gauche, basé sur les données de 2019 de l'ONUSIDA, montre que dans le monde, plus de la moitié des

nouvelles infections se produisent parmi les membres des PC et leurs partenaires sexuels.

*En [NOM DU PAYS], cette statistique est de **XX**%.*

Les donateurs, les décideurs et les partenaires d'exécution - y compris les personnes vivant avec le VIH et les groupes dirigés par les PC - recherchent des stratégies de recherche de cas plus efficaces et efficaces, en particulier parmi les populations les plus exposées au risque d'infection.

Résumé des preuves sur les tests index

- Efficace pour augmenter le dépistage du VIH et le diagnostic précoce
- Orientation dirigée par les PVVIH généralement préférée, en particulier avec des partenaires stables
- Importance des options
- Doit être volontaire et protéger la sécurité du client



18. *En résumé, les résultats actuels suggèrent que si les clients index préfèrent contacter eux-mêmes leur partenaire (plutôt que de demander au prestataire de contacter le partenaire), l'orientation dirigée par le prestataire est plus efficace pour faire venir des partenaires pour le dépistage du VIH.*

Notez que vous parlerez plus tard des différents types d'approches de test index assisté.

Comme nous le répéterons fréquemment tout au long de cette formation, les tests index doivent être volontaires et éclairés.

Aucun client ne devrait jamais être forcé ou contraint d'identifier et de référer son partenaire ou de divulguer son statut VIH.

Session 3. Test index en [PAYS] : perspectives locales (FACULTATIF)

Durée : 20 minutes

Matériels :

- Diapositives de présentation fournies par un présentateur local
- Flipchart et marqueurs

Objectifs : À la fin de cette session, les participants auront :

- Une compréhension de la manière dont les tests index sont menés dans le contexte du pays



19. *Le but de cette session est de vous aider à vous orienter vers les politiques de test d'indexation dans la pratique en [PAYS].*

Nous discuterons des options spécifiques pour les tests index au cours des prochains jours.

NOTE AU FACILITATEUR : Ceci est facultatif et peut être facilité par un représentant du ministère de la Santé, de la Commission SIDA ou d'un autre groupe gouvernemental ou de la société civile, familiarisé avec l'état actuel des tests index et la politique dans le pays. Le facilitateur de la formation peut également examiner les informations directement (sur la base d'une contribution locale). Travaillez avec le gouvernement local ou un autre représentant à l'avance pour vous assurer que leur présentation n'entre pas dans les détails sur les méthodes et les approches des tests index, car ces informations seront couvertes dans les sessions ultérieures. Cette session permet aux représentants locaux d'aider à assurer aux participants qu'il existe une politique / plateforme pour les compétences / approches qu'ils apprendront, ou qu'elle sera développée avec l'adaptation de modèles mondiaux pour ce pays.

OPTIONNEL : diapositives représentant les pays (1-2)

- Insérer des diapositives offrant un aperçu de la politique actuelle en matière de test index en [PAYS] et du rôle des organisations communautaires (le cas échéant)
- **REMARQUE :** les diapositives ne doivent pas décrire les étapes spécifiques du test index, car elles seront couvertes lors de la prochaine session.

20. Insérer des diapositives donnant un aperçu de la politique actuelle en matière de tests index en [PAYS] et du rôle des organisations communautaires (le cas échéant).

REMARQUE : Les diapositives ne doivent pas décrire les étapes spécifiques du test index, car elles seront couvertes lors de la prochaine session.

Session 4. Étapes du test index

Durée : 30 minutes

Matériels :

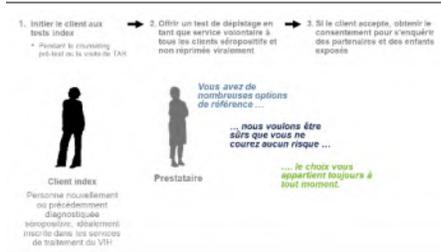
- Formation PowerPoint - Jour 1 (avec les adaptations indiquées dans le fichier PowerPoint)
- Flipchart et marqueurs

Objectifs : À la fin de cette session, les participants auront :

- Une compréhension des principales étapes du test d'index, y compris les options que les clients peuvent choisir



21. *Le but de cette session est de vous aider à vous orienter vers les quatre options de test index et à aborder certaines considérations importantes concernant l'offre de ces services.*



22. **REMARQUE :** Faites avancer l'animation dans la diapositive comme il convient tout en utilisant les points de discussion ci-dessous.

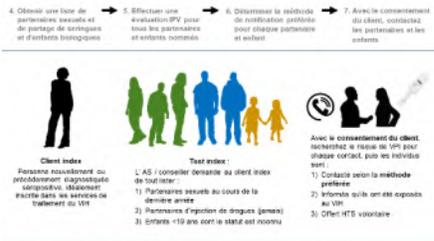
Dans le test index, il est important de noter qui est impliqué dans le processus.

Nous commençons par le client index, qui est soit nouvellement diagnostiqué séropositif, soit qui vit actuellement avec le VIH et peut être inscrit ou non dans les services de traitement.

Comme indiqué précédemment, nous profitons d'une variété d'opportunités pour inviter le client à les référer tous :

- *Partenaires sexuels au cours de la dernière année*
- *Partenaires d'injection de drogues (au cours du temps)*
- *Enfants*

Le consentement éclairé est essentiel et doit être reçu du client pour participer au processus de test index. Nous parlerons davantage du consentement et de la confidentialité dans les sessions 5 et 6.



23. Si le client y consent, chaque personne figurant sur la liste du client est contactée, informée qu'elle a été exposée au VIH et propose des services de dépistage. Les tests peuvent avoir lieu sous n'importe quelle forme disponible, y compris dans un établissement, dans la communauté et / ou à l'aide d'approches d'autotest assistées ou non.

Déterminer une méthode préférée pour la recommandation d'un partenaire

- Référence client (passive)
- Référence prestataire (active)
- Contrat de référence
- Double référence



24. Les clients peuvent choisir parmi quatre options pour la référence du partenaire dans les tests index : la référence du client (qui est aussi parfois appelée référence passive), la référence du prestataire (parfois appelée référence active), la référence par contrat et la double référence.

Test index : référence client (passive)



Le client index encourage directement son (ses) partenaire (s) et ses enfants biologiques à venir à l'établissement pour un test ou à rencontrer un conseiller de la communauté pour un dépistage.

25. Certains clients préfèrent divulguer directement à leur partenaire sexuel et / ou partageant de la drogue. Dans ce cas, ils acceptent d'aviser eux-mêmes ces personnes et de les encourager à effectuer un test. Ils peuvent avoir besoin d'un encadrement sur la façon de divulguer, selon le type de partenaire. D'autres clients peuvent inviter leur partenaire à effectuer des tests sans révéler leur propre statut. La divulgation n'est pas requise. Par exemple, le client pourrait inviter le partenaire pour le dépistage et le counseling en couple.

Quelles sont les options pour accéder aux tests ?

REMARQUE : Obtenez des réponses basées sur toutes les options de test disponibles dans le pays et assurez-vous d'inclure des options basées sur la communauté ou d'autotest si disponibles.

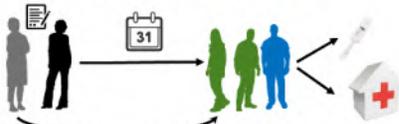
Test index : référence de prestataire (active)



Le conseiller ou un autre prestataire de soins de santé appelé ou rend visite au (x) partenaire (s) du client index et leur recommande de tester le VIH.

26. Dans certains cas, un client peut préférer ne pas divulguer directement à un partenaire. Cela peut être dû au fait qu'ils sont trop nerveux ou ont peur de la réponse de ce contact. Ils peuvent avoir des inquiétudes quant aux dommages potentiels que cette personne pourrait leur causer. Dans le cadre de la référence prestataire / active, le prestataire accepte d'appeler ou de rendre visite au partenaire du client index, puis de le référer au test ou de le fournir directement. À moins que le client n'accepte d'être référencé, le prestataire ne doit pas divulguer le nom du client ou son statut sérologique VIH.

Test index : contrat de référence



Le client index et le conseiller travaillent ensemble pour recommander le (s) partenaire (s) du client index. Ils conviennent d'un délai (par exemple, dans les 21 jours) dans lequel le client informera le (s) partenaire (s). Si le client ne se dit pas dans le délai convenu, le conseiller contacte le (s) partenaire (s).

27. Vous pouvez avoir un client qui est nerveux à l'idée de le révéler à un partenaire et qui a juste besoin d'un peu de temps. Une option consiste à conclure un accord avec votre client. Avec l'option de recommandation de contrat, vous et le client convenez d'un certain laps de temps (par exemple un mois) que votre client peut prendre pour accepter la divulgation à son (ses) partenaire (s). Le client a alors ce temps pour faire la divulgation. Dans le cadre du contrat, si le client ne divulgue pas à son (ses) partenaire (s) à la fin de la période contractuelle, le prestataire (vous) a le droit de contacter directement le partenaire.

Cependant, si à tout moment le client indique qu'il ne souhaite pas que vous contactiez le partenaire, en particulier dans les cas potentiels où la violence peut en résulter, vous devez maintenir la confidentialité, la sûreté et la sécurité du client.

Test index : double référence



Le conseiller / prestataire s'assoit avec le client index et le (s) partenaire (s) pour aider le client index à informer le (s) partenaire (s) de son statut VIH (s'ils choisissent de divulguer) ou fournit un espace sûr pour tester ensemble.

28. La double référence permet au client de le soutenir en personne pour le divulguer à son (ses) partenaire (s). Dans ce cas, le prestataire et le client conviennent du moment et du lieu où le prestataire rejoindra le client et son partenaire pour discuter du statut VIH du client et des implications pour le partenaire. Le prestataire peut alors soit recommander le partenaire, soit fournir des services de test à ce moment-là, si le partenaire le souhaite.

Avant de continuer, avez-vous des questions sur ces différentes options ?



Considérations importantes

- Proposez des tests index de manière continue et stratégique pour :
 - PIVVIH non sous traitement
 - PIVVIH qui ne sont pas supprimés viralement ou qui ont une infection aiguë
- Évaluer la sécurité, l'état de préparation et le consentement des clients
- S'assurer que le programme a des services disponibles pour les clients, les partenaires et les enfants

29. Il est important de noter que le test index n'est pas un événement ponctuel. Chaque personne vivant avec le VIH traite et accepte son diagnostic à un rythme différent, et sa disposition à discuter avec et / ou à référer ses partenaires et d'autres personnes susceptibles d'être à risque sera différente.

L'introduction du test index pendant la sensibilisation et lors du conseil pré-test aidera à orienter les bénéficiaires vers le service et peut augmenter la probabilité qu'ils acceptent.

La répétition de l'offre de test index lorsqu'un client reçoit un diagnostic de VIH, lors de l'initiation du TAR et pendant les visites de suivi (sans coercition) augmentera les opportunités de promouvoir le test index et offrira également aux clients une chance de décider par eux-mêmes quand ils seront prêts. Cela peut augmenter les chances de réussite des références.

Toutes les personnes référées ne feront pas partie des populations clés. Il sera important de considérer combien de personnes pourraient être référées à la suite du test index et où elles peuvent aller pour obtenir du soutien, y compris l'accès gratuit au dépistage du VIH et aux services de prévention, de soins et de traitement.

Session 5. Normes minimales pour des tests index sûrs et éthiques

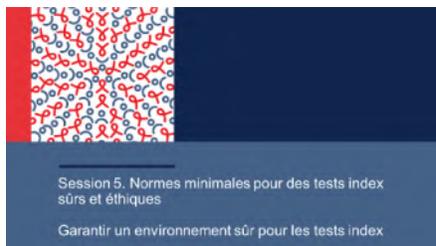
Durée : 50 minutes

Matériels :

- Formation PowerPoint—Jour 1 (avec les adaptations indiquées dans le fichier PowerPoint file)
- Cinq feuilles de flipchart avec des en-têtes comme décrit dans les notes ci-dessous
- Flipchart et marqueurs

Objectifs : À la fin de cette session, les participants auront :

- Une compréhension de certains des éléments qui doivent être en place pour maintenir la sûreté et la sécurité des clients et des partenaires référés



30. *Au cours de cette séance, nous discuterons de certains des avantages et des risques et obstacles potentiels à la mise en œuvre des services de test index pour les populations clés. Nous discuterons également des éléments critiques d'une approche de test index qui assure la sûreté et la sécurité des clients de la population clé et de leurs partenaires.*

Vrai ou Faux ?

- 1) Les populations clés sont généralement exposées au même risque de violence que tout le monde.
- 2) Vous pouvez informer le partenaire sexuel d'un client index de son risque d'infection sans le consentement du client index si vous ne mentionnez pas le nom du client index.
- 3) Le test index peut être introduit pendant la sensibilisation ainsi que le counseling pré-test.
- 4) Les clients index ont la responsabilité de référer leurs partenaires et amis.
- 5) Les clients index doivent être informés du statut VIH des partenaires qu'ils réfèrent.

31. **REMARQUE :** Commencez par un court quiz / stimulant pour amener les participants à réfléchir aux considérations éthiques lors de la conduite des tests index.

Demandez aux participants de se lever. Expliquez que vous lirez cinq déclarations et que pour chaque déclaration, vous aimeriez que les participants décident si la déclaration est vraie ou fausse.

S'ils pensent que c'est vrai, ils devraient aller du côté gauche de la pièce [pointez], et s'ils pensent que c'est faux, ils devraient aller du côté droit de la pièce [pointez]. Notez que ce n'est pas grave s'ils ne sont pas sûrs, et s'ils préfèrent, ils peuvent rester au milieu.

Lisez chaque déclaration une par une au fur et à mesure que vous avancez la diapositive avec chaque point, et laissez aux participants le temps de décider (avec leurs pieds). Puis demandez aux participants de regagner leur place et de passer à la diapositive suivante.

Vous n'avez pas besoin de discuter des réponses maintenant, car vous relancerez le quiz à la fin de la session pour voir si le groupe a compris les messages de cette session.

Activité : Dans le contexte de la programmation des populations clés

- Se diviser en cinq groupes
- Désigner un animateur qui restera à chaque poste du tableau tout au long de l'exercice
- Discuter et enregistrer sur le tableau de conférence
 - Quels aspects du sujet peuvent aider à atteindre les objectifs des tests index ou entraver la réalisation ?
 - Quels pourraient être les obstacles au succès ?
 - Que peut-on faire pour prévenir ou éliminer les obstacles ?
- 5 minutes par station, puis les groupes tournent (les animateurs restent)
- Peut ajouter ou être en désaccord avec les notes de groupe précédentes



32. **REMARQUE** : Préparez cinq flipcharts avant cette session et étiquetez les flipcharts séparément avec ce qui suit : (1) Confidentialité, (2) Sécurité, (3) Stigmatisation, (4) Divulgence, (5) Questions juridiques. Placez les flipcharts dans différentes parties de la pièce. (Notez, comme alternative, des sujets peuvent être sollicités auprès des participants).

Le but de cette activité est d'amener les participants à réfléchir aux considérations spéciales pour les tests d'index parmi les populations clés afin d'aider à assurer la sûreté, la sécurité et la confidentialité des clients qu'ils servent.

Divisez les participants en cinq groupes.

Demandez à chaque groupe de se réunir sous un flipchart différent, puis expliquez qu'ils consacreront environ 5 minutes par station à répondre aux trois questions de la diapositive. Ils sont invités à ajouter ou à ne pas être d'accord avec l'une des notes écrites par le groupe précédent.

Accordez aux groupes 25 minutes pour parcourir les cinq flipcharts, en les invitant à tourner toutes les 5 minutes. Puis demandez-leur de regagner leur place.

Des bénéfices potentiels ?

- Augmentation du recours au dépistage du VIH parmi les partenaires des PVVIH
- Recherche de cas accrue
- Diagnostic précoce
- Lien amélioré et plus précoce avec les soins et le traitement
- Divulgence plus sûre et / ou liens vers des services de violence pour ceux qui divulguent des abus
- Divulgence plus sûre et / ou liens vers des services de violence pour ceux qui divulguent des abus
- Services de prévention pour les partenaires



33. **REMARQUE** : Avant de faire avancer les pistes de cette diapositive, demandez aux participants de partager ce qu'ils pensent être les avantages du test index.

Utilisez les points de la diapositive pour ajouter des points supplémentaires que les participants n'ont pas mentionnés.

Barrières et risques potentiels



Le risque zéro n'existe pas; tous les programmes de dépistage du VIH comportent des risques, notamment ...

- La violence
- Rejet
- Criminalisation
- Divulgence forcée
- Violation de confidentialité
- Sacrifier la qualité pour la recherche de cas

34. REMARQUE : Avant de faire avancer les pistes de cette diapositive, demandez aux participants de partager ce qu'ils pensent être le risque potentiel des tests index.

Insistez sur le fait que le risque zéro n'existe pas ; tous les programmes de dépistage du VIH comportent des risques.

Demandez aux participants ce qu'ils suggéreraient pour atténuer / réduire ces risques. Recherchez des suggestions telles qu'intégrer le dépistage de la violence et l'aiguillage ; relier les clients à du counseling en matière de divulgation si nécessaire ; utiliser des techniques de counseling de motivation pour créer un espace de soutien et de sécurité permettant au client de prendre une décision éclairée.

Demandez ensuite au groupe quels sont, selon eux, les trois ou quatre obstacles les plus critiques à la mise en œuvre des tests index.

Utilisez les points au besoin pour combler les lacunes.

Continuez en demandant ce qu'ils pensent être des solutions possibles pour surmonter ces obstacles.

Demandez ce qui pourrait être nécessaire pour planifier et mettre en œuvre des contrôles afin de maximiser les résultats positifs et de réduire les risques.

BARRIÈRES POSSIBLES SUPPLÉMENTAIRES :

- Traumatisme dû au diagnostic
- Réaction de peur du ou des partenaires
- Culpabilité d'avoir mis son partenaire ou ses enfants en danger
- Des doutes sur la confidentialité, pense que le (s) partenaire (s) sauront qu'il / elle a donné l'information
- Colère sur la source probable de l'infection
- Manque d'informations sur les services de test d'index et les moyens de prévenir les personnes exposées
- Ignorance des avantages des services de test index
- Faible capacité de communication
- Réticence à dépenser du temps, de l'argent et de l'énergie pour dire aux partenaires
- Ne se soucie pas des anciens partenaires (en colère, déprimé, peu disposé à avertir - infidélité)

Afficher la liste après le partage de plusieurs idées.

Demandez aux participants s'ils ont des questions ou des commentaires (évittez de longs débats sur des sujets spécifiques, car vous les approfondirez dans les diapositives suivantes).



35. *En réponse aux préoccupations de la communauté et des clients concernant la sécurité des tests d'index, le PEPFAR a suspendu les tests d'index parmi les populations clés et a procédé à un examen approfondi et participatif et à la révision des normes minimales de test index. Le PEPFAR a exigé que tous les sites mettant en œuvre des tests index remplissent une enquête (RedCap) pour évaluer la conformité aux normes minimales et identifier les domaines à améliorer.*

Les méthodes de test index doivent être volontaires, confidentielles, garantir la sûreté et la sécurité de tous les clients et comprendre des options basées sur les préférences du client. Nous devons également protéger la sécurité et la confidentialité des partenaires référés.

Tous les programmes soutenus par PEPFAR devraient prendre des mesures pour mettre en œuvre des services de test index sûrs et éthiques en :

- 1. Suivi de la conformité des sites et des prestataires aux normes minimales pour les tests index*
- 2. Obtention du consentement éclairé avant l'entretien de sollicitation et avant de contacter les partenaires*
- 3. Mener une évaluation des risques de VPI pour chaque partenaire nommé et fournir des services appropriés aux clients victimes de violence*
- 4. Mettre en œuvre un mécanisme robuste pour détecter, surveiller, signaler et suivre tout événement indésirable associé aux services de test index*
- 5. Utiliser l'assurance qualité et la responsabilité pour remédier aux lacunes dans la prestation de services de test index*

Il est essentiel de disposer d'options, car les bénéficiaires seront plus susceptibles d'utiliser les services de test index s'ils ont des choix qui répondent à leurs besoins et à leur

1.
Conformité
aux normes
minimales

- **Respect des 5 C**
 - Consentement, Confidentialité, Counseling, résultats de test Corrects, et la Connexion à la prévention / traitement
- **Évaluation du risque de VPI et réponse de première intention**
 - Y compris le contrôle de sécurité et la référence vers des services de réponse à la violence clinique / non clinique (s'ils ne sont pas fournis sur place)
- **Système de suivi et de notification des événements indésirables** au niveau du site
- **Prestataires formés et supervisés** sur les procédures de test index
 - 5 C, dépistage du VPI, surveillance des événements indésirables et éthique (respect des droits des clients, consentement éclairé et « ne pas nuire »)

Source: PEPFAR (2014) *Guidelines for HIV and STI Testing Services*

situation. Cela a du sens si vous pensez à vos propres attentes lorsque vous allez au restaurant, choisissez une paire de chaussures ou voyagez.

Nous discuterons dans une session ultérieure des différents types d'options que les clients auront pour les tests index.

36. En réponse aux commentaires des organisations communautaires et des intervenants travaillant dans le domaine du VIH, le Bureau du Coordonnateur mondial de lutte contre le sida du gouvernement des États-Unis au PEPFAR a établi un ensemble de normes minimales pour une prestation sûre et efficace de services de test index. Il est important que les prestataires connaissent et comprennent les 5 C.

REMARQUE : L'utilisation de 5 C peut ne pas se traduire correctement dans une langue autre que l'anglais, et le script peut devoir être ajusté en fonction du contexte local. Il est plus important que les participants comprennent les concepts, plutôt que d'essayer de maintenir les équivalents en anglais.

Tous les programmes doivent garantir que les prestataires sont en mesure de respecter les 5 C et qu'ils ont la capacité et les ressources nécessaires pour poser des questions sur les violences potentielles et réagir de manière appropriée, y compris l'orientation vers les services essentiels.

Nous parlerons plus en détail de la violence entre partenaires intimes (VPI) et des événements indésirables lors de la séance 11.

Enfin, nous devons nous assurer que tous les prestataires qui effectueront des tests index ont reçu une formation approfondie sur :

- *La prestation d'un dépistage de la violence conjugale et d'un suivi des événements indésirables*
- *L'éthique, y compris le respect des droits des clients, l'obtention du consentement éclairé à la fois pour la fourniture des coordonnées des partenaires et pour la méthode par laquelle ces personnes sont atteintes - les principes clés de « ne pas nuire ».*

Les 5 C et les principes fondamentaux du dépistage du VIH

- Adhérer aux 5 C
 - Confidentiel
 - Consentement
 - Counseling
 - Résultats de test Corrects
 - Connexion aux services
- Et aux principes fondamentaux



37. REMARQUE : Parcourez chacun des points de cette diapositive une par une et demandez si quelqu'un a des questions. Notez que vous aborderez chacun de ces éléments en détail lorsque vous adapterez les approches de test index dans une session ultérieure.

Exemple de charte des droits des patients

Dans cet établissement de santé, vous avez le droit de bénéficier des services médicaux :

- ✓ **Volontaire** (vous devez recevoir des informations sur les avantages et les risques des services et des traitements offerts dans votre clinique afin que vous puissiez prendre des décisions éclairées. Vous pouvez refuser tout service ou traitement que vous ne souhaitez pas recevoir).
- ✓ **Sans coûts** (obtenir un service ou traitement ne participe pas à votre statut de patient, de partenaire ou affilié, pas votre droit de recevoir tout autre service de soins de santé dans cet établissement).
- ✓ **Libre d'être assisté par un interprète** (vous devez être traité comme un individu, quel que soit votre langue. Vous ne devez pas être traité de façon différente en raison de votre âge, sexe, orientation sexuelle ou tout autre caractéristique personnelle).
- ✓ **Se** (vous ne devez pas vous sentir menacé, harcelé ou blessé en raison des services que nous vous offrons).
- ✓ **De haute qualité** (Tous les services doivent répondre à nos normes médicales).
- ✓ **Confidentialité** (vos informations personnelles doivent rester confidentielles et sécurisées et ne doivent pas être divulguées sans votre consentement explicite).

Vous avez le droit de déposer une plainte si vous estimez que les services que nous avons offerts dans cet établissement ne respectent pas vos droits.

pour déposer une plainte, veuillez remplir le formulaire de plainte du patient et le placer dans la boîte de dépôt fournie en ce bureau d'urgence. Vous pouvez également déposer la déclaration de confidentialité au 1-877-622-8229. Nous avons répondu une plainte en votre nom si vous ne vous sentez pas à l'aise de le faire vous-même.

38. Une façon d'aider les prestataires, le personnel administratif et les clients à connaître, à se souvenir et à faire respecter les droits des clients consiste à publier une " charte des droits des patients " en gros caractères à un endroit où les clients et les prestataires peuvent facilement la consulter sur le site ou l'établissement. À droite de cette diapositive, vous trouverez un exemple de déclaration des droits.

Quels droits voyez-vous sont mis en évidence en gras ?

Accordez quelques instants aux répondants pour répondre.

Il est important que les équipes fournissant des services, y compris les réceptionnistes, le personnel de garde et les gardiens, comprennent pleinement ces droits. Au minimum, la direction du site devrait organiser une réunion pour que tout le personnel les examine, s'assure qu'ils sont compris, discute des scénarios possibles, répond aux questions et demande finalement à chaque membre du personnel de signer une déclaration acceptant de les respecter.

Un exemple de déclaration de confidentialité et cet exemple de déclaration des droits du patient sont fournis avec ce kit de formation.

Les clients de l'index doivent être informés et comprendre ...



- Objectif du test index
- Que va-t-il se passer, par qui, où
- C'est volontaire, ils auront toujours accès à d'autres services de santé s'ils refusent
- Différentes options disponibles pour notifier les partenaires
- Risques et avantages potentiels, comment minimiser les risques
- Comment et dans quelle mesure la vie privée et la confidentialité peuvent être protégées
- Où des services de soutien sont disponibles; comment contacter et accéder à ces services si nécessaire, en particulier en cas de préjudice

39. Qu'entend-on par consentement éclairé et pourquoi c'est important.

Accordez quelques instants aux participants pour répondre à la question.

Parcourez ensuite les points de la diapositive de manière séquentielle pour expliquer ce que les clients doivent savoir. Notez que vous aborderez chacun de ces éléments en détail lorsque vous adapterez les approches de test index dans une session ultérieure.

Soulignez que le consentement (oui / non) ne suffit pas ; le client doit prendre une décision éclairée basée sur des informations et une compréhension, suffisantes.

Des exemples de langage par méthode de référence comprennent :

- Référence par contrat : « Je prévois de parler de mon VIH à mon partenaire et de le référer (ou elle) à cet établissement (ou site) pour un test VIH dans les 14 jours suivant la date d'aujourd'hui. Si je ne peux pas le faire dans les 14 jours, j'autorise le conseiller à téléphoner à mon partenaire et à lui proposer un test VIH. Je comprends que même si tous les services sont confidentiels et que mon partenaire ne recevra pas mon nom, il existe un risque de divulgation accidentelle ou que mon partenaire tentera de deviner mon identité ».
- Référence du prestataire : « J'autorise le conseiller à téléphoner (ou visiter) mon partenaire et lui proposer un test VIH. Je comprends que même si tous les services sont confidentiels et que mon partenaire ne recevra pas mon nom, il existe un risque de divulgation accidentelle ou que mon partenaire tentera de deviner mon identité ».

Consentement des enfants et des adolescents

- Les prestataires de tests index doivent toujours suivre les directives de leur pays sur l'âge de consentement comme indiqué dans les directives nationales HTS.
- Lorsqu'un enfant plus âgé ou un adolescent atteint l'âge national de consentement, il doit recevoir un conseil pré-test adapté à son âge.
- Les conseillers en dépistage du VIH doivent toujours communiquer avec les enfants / adolescents d'une manière adaptée à leur âge et à leur niveau de maturité.
- Lorsqu'un enfant / adolescent n'est pas en âge de donner son consentement pour le test, les prestataires doivent obtenir le consentement de leurs parents après leur avoir fourni des informations / conseils appropriés avant le test sur l'importance de connaître le statut VIH de leur enfant biologique.

40. *Il y a des considérations spéciales pour obtenir le consentement des enfants et des adolescents qui sont influencées par la législation et la politique locales ainsi que par la culture et les normes sociales.*

Passez en revue les considérations et demandez aux participants s'ils ont des points supplémentaires ou s'ils ont des questions ou des préoccupations concernant l'un des points de la diapositive.

Référez les participants à la ressource « [Maximiser la couverture des tests index chez les enfants biologiques de mères vivant avec le VIH : procédures opératoires standard](#) » préparée par l'équipe Inter institutions pédiatriques et OEV du PEPFAR.

Activité en petit groupe : étude de cas

Exemple 1.

Bojak est un conseiller qui travaille dans un centre de santé de district. Il est très respecté par la communauté HSH. Un jour, l'un de ses clients PVVIH accepte le test index et fournit une liste de contacts. Le client accepte de contracter une recommandation pour sa femme, mais il ne se sent pas à l'aise pour avertir son partenaire sexuel masculin pour le moment, car il craint que son partenaire ne lui fasse quelque chose de mal. Bojak connaît bien le partenaire sexuel du client et pense qu'il peut empêcher le partenaire de faire quoi que ce soit de nocif. Bojak demande au client de le laisser contacter le partenaire et assure au client index que tout ira bien.

Cette approche répond-elle aux normes minimales et aux principes fondamentaux ? Pourquoi ? Pourquoi pas ?



41. *Examinons quelques études de cas pour approfondir ces questions. Veuillez trouver un partenaire près de chez vous, lisez l'étude de cas ensemble et passez environ 3 minutes à discuter des questions sur la diapositive.*

Laissez les groupes travailler ensemble pendant environ 5 minutes.

Sur la base de cet exemple, pensez-vous que l'approche de Bojak respecte les Normes minimales de test index et les principes fondamentaux du dépistage du VIH ? Pourquoi ou pourquoi pas ?

Accordez quelques instants aux participants pour répondre.

CONSIDÉRATIONS :

- Bojak ressemble à un infirmier / conseiller assidu qui veut ce qu'il y a de mieux pour son client. Il a proposé de faire tout son possible pour s'assurer que son client est en sécurité. Cependant, que se passe-t-il si quelque chose ne va pas, hors du contrôle de Bojak ?
- Bien que cette approche soit bien intentionnée, elle n'est pas entièrement centrée sur les désirs et les besoins du client et, en outre, elle peut causer des dommages. Le client est beaucoup plus susceptible de comprendre ses propres risques de son partenaire masculin que Bojak.
- Il est essentiel que les services de test index soient centrés sur le client, volontaires et non coercitifs.

Qu'est-ce que Bojak aurait pu faire différemment ?

Accordez aux participants quelques instants pour répondre et affirmer des réponses qui sont conformes aux normes minimales et aux principes fondamentaux.

Activité plénière : étude de cas

Exemple 2.

Ghislaine gère une clinique VIH / IST qui fournit des services spécialisés aux populations clés. Elle apprend que les tests index peuvent être très efficaces pour augmenter le dépistage des cas, et elle décide de créer un programme d'incitation pour encourager les gens à proposer des contacts pour les tests index. Pour tous les clients de la population clé qui offrent au moins un contact pour les tests index, la clinique fournit une allocation de transport. Les clients qui refusent de proposer un contact ne reçoivent pas l'allocation.

Cette approche répond-elle aux normes minimales et aux principes fondamentaux ? Pourquoi ? Pourquoi pas ?



- 42. REMARQUE :** Demandez à l'un des participants de lire l'exemple sur la diapositive ou demandez-lui de le lire seul pendant une minute.

Sur la base de cet exemple, pensez-vous que l'approche de Ghislaine respecte les Normes minimales de test index et les Principes fondamentaux du dépistage du VIH ? Pourquoi ou pourquoi pas ?

Accordez quelques instants aux participants pour répondre.

CONSIDÉRATIONS :

C'est une question difficile. On pourrait soutenir que la référence au réseau à risque récompense les personnes qui orientent des personnes au sein de leurs réseaux à risque vers le dépistage du VIH, y compris les personnes avec lesquelles elles peuvent avoir eu des contacts sexuels ou partagé des aiguilles. Cependant, renvoyer quelqu'un pour un dépistage est différent de l'acceptation de contacter quelqu'un qui pourrait être à risque d'infection à VIH en

	<p>raison de sa relation avec le client index. Dans cet exemple, l'approche de Ghislaine n'adhère pas entièrement aux principes d'être volontaire, non coercitif et sans jugement, car les clients peuvent ressentir de la pression pour lister des contacts ou perdre autrement des avantages possibles, et / ou être stigmatisés / jugés de la part de leurs prestataires ou d'eux-mêmes.</p>
<p>À quoi ressemble le consentement ?</p> <p>Contrat de référence</p> <ul style="list-style-type: none"> Je prévois de parler de mon VIH à mon partenaire et de l'orienter vers le site pour un dépistage du VIH dans les 14 jours suivant la date d'aujourd'hui. Si je suis incapable de le faire dans les 14 jours, j'autorise le conseiller à téléphoner à mon partenaire, à lui dire qu'il a peut-être été exposé au VIH et à lui proposer un test VIH. Je comprends que tous les services seront confidentiels et que mon identité ne sera pas révélée à mon partenaire. <p>Référence de prestataire</p> <ul style="list-style-type: none"> J'autorise le conseiller à téléphoner (ou à rendre visite) à mon partenaire, à lui dire qu'il a peut-être été exposé au VIH et à lui proposer un test de dépistage du VIH. Je comprends que tous les services seront confidentiels et que mon identité ne sera pas révélée à mon partenaire. 	<p>43. Voici quelques exemples de ce qu'un client pourrait dire, ou lire et signer, qui constituerait le consentement d'un prestataire à contacter son partenaire par le biais d'un contrat ou d'une référence d'un prestataire.</p> <p>Demandez à un participant de lire le premier paragraphe de la diapositive, puis demandez à un autre participant de lire l'autre.</p> <p>Demandez si les participants ont des questions.</p>
<p>Qu'entend-on par volontaire et non coercitif ?</p> <ul style="list-style-type: none"> Le test index est un service entièrement volontaire offert aux personnes vivant avec le VIH pour les aider à faire tester leur (s) partenaire (s) et leurs enfants. Les tests index doivent être centrés sur le client et axés sur les besoins et la sécurité du client, de l'index et de son (ses) partenaire (s) et enfants. Tous les clients de dépistage du VIH, y compris les clients index, doivent bénéficier de tous les services de prévention, de soins et de traitement de VIH disponibles, qu'ils fournissent ou non des détails sur leurs partenaires. Les services ne peuvent JAMAIS être refusés en aucune circonstance. Les clients ne peuvent JAMAIS être poussés à partager les noms de leurs partenaires. Les clients doivent être informés de leur droit de refuser de participer aux services de test index tout au long du processus, pas seulement pendant l'orientation de sollicitation. Les clients peuvent refuser les services de test index POUR TOUT OU SANS RAISON. Les clients n'ont pas besoin de fournir une raison pour ne pas participer aux services de test d'index. 	<p>44. REMARQUE : Avant de faire avancer les puces, posez la question dans le script ci-dessous. Ensuite, passez en revue les points de cette diapositive s'ils n'ont pas encore été discutés dans cette session.</p> <p><i>Que voulons-nous dire quand nous disons que les services de test index devraient être volontaires et non coercitifs ?</i></p> <p>Laissez le temps aux participants de fournir des réponses. Puis avancez les points en utilisant le script si les points n'ont pas déjà été discutés.</p> <p><i>Il est important que les tests index soient centrés sur le client et axés sur les besoins et la sécurité du client index et de son (ses) partenaire (s) et enfants.</i></p>
<p>Activité en petit groupe : étude de cas</p> <p>Exemple 3.</p> <p>Tupac, une travailleuse du sexe, fournit des services de counseling et de test dans une organisation communautaire pour les travailleuses du sexe. Un de ses clients, Shakur, a récemment été testé positif. Lors d'une visite de suivi, Shakur accepte de fournir les coordonnées de trois de ses clients réguliers. L'un des clients est le petit ami de l'amie de Tupac, Amaru. Soucieuse pour la santé de son amie, Tupac décide de dire à Amaru qu'elle a peut-être été exposée au VIH par l'intermédiaire de son petit ami.</p> <p>Cette approche répond-elle aux normes minimales et aux principes fondamentaux ? Pourquoi ? Pourquoi pas ?</p>	<p>45. Revenez en pairs, lisez l'étude de cas et passez environ 3 minutes à discuter des questions sur la diapositive.</p> <p>Laissez les groupes travailler ensemble pendant environ 5 minutes maximum.</p> <p><i>Sur la base de cet exemple, pensez-vous que les actions de Tupac respectent les normes minimales de dépistage index et les principes fondamentaux du dépistage du VIH ? Pourquoi ou pourquoi pas ?</i></p> <p>Accordez quelques instants aux participants pour répondre.</p>

CONSIDÉRATIONS :

Tupac veut clairement prendre soin de ses clients et de ses amis et contribuer à réduire la transmission du VIH dans la communauté. Elle a raison de se préoccuper de la santé et du bien-être d'Amaru. Mais quels pourraient être les préjudices potentiels si elle informe Amaru que son petit ami peut lui avoir donné le VIH ? Et si le petit ami d'Amaru décidait de nuire à Shakur d'une manière ou d'une autre ?

Qu'est-ce que Tupac aurait pu faire différemment ?

Accordez aux participants quelques instants pour répondre et affirmer des réponses qui sont conformes aux Normes minimales et aux principes fondamentaux.

Qu'entend-on par confidentiel ?

- Confidentialité = protection des informations personnelles
- La confidentialité du client index et de tous les partenaires et enfants nommés doit être maintenue à tout moment.
- Le nom du client index ne doit jamais être partagé avec le partenaire et le statut VIH du partenaire ne doit jamais être partagé avec le client index (sauf si le consentement est obtenu des deux parties).
- Les programmes DOIVENT avoir des protections de confidentialité en place avant le début des services de test index (y compris le stockage sécurisé des données).
- Des informations complètes sur le risque potentiel de divulgation involontaire de l'identité du client DOIVENT être discutées avec le client dans le cadre de l'obtention du consentement éclairé pour les services de test index.



46. **REMARQUE :** Avant de faire avancer les points, posez la question dans le script ci-dessous. Ensuite, passez en revue les points de cette diapositive s'ils n'ont pas encore été discutés dans cette session.

Que voulons-nous dire quand nous disons que les services doivent être confidentiels ?

Accordez quelques instants aux participants pour répondre, puis avancez les points en parcourant le script ci-dessous.

La confidentialité signifie la protection des informations personnelles.

Il est important de noter que la confidentialité s'étend au-delà du client index et doit également inclure tous les partenaires ou enfants nommés.

En tant que prestataires (et autres membres du personnel travaillant sur des sites proposant des tests index), nous devons également nous assurer que les noms des clients index ne sont jamais partagés avec les partenaires qui en sont informés et que le statut VIH du partenaire n'est jamais partagé avec les clients index des deux parties).

Comment pouvons-nous nous assurer que cela se produit ?

Accordez quelques instants aux participants pour répondre.

Tous les programmes doivent avoir des protections de confidentialité en place avant le début des services de test index. Ceux-ci peuvent inclure des politiques spécifiques, des procédures opérationnelles standard pour la protection, y compris des mesures pour stocker les informations des

clients, et des procédures pour répondre aux violations de la confidentialité (qui peuvent inclure des mesures juridiques et / ou disciplinaires, entre autres).

Les prestataires devront discuter du risque potentiel de divulgation involontaire de l'identité du client dans le cadre de l'obtention du consentement éclairé pour les services de test index.

- Dans la mesure du possible, les noms des contacts autres que les enfants biologiques (par exemple, le sexe et les partenaires de partage de seringues) doivent être séparés des noms des clients index pour éviter toute violation accidentelle de la confidentialité.
- Une méthode pour ce faire consiste à attribuer à tous les clients 'index un numéro d'identification unique. Ce numéro peut être écrit dans la section « commentaires » du registre HTS.
- Ce numéro d'identification peut ensuite être utilisé à la place du nom du client dans le registre de test index.
- Les programmes peuvent également envisager d'avoir des registres de tests index séparés pour les tests familiaux (conjoint et enfants biologiques) et la notification des partenaires (partenaires extraconjugaux, partenaires de même sexe, partenaires de partage de seringues, etc.).
- En AUCUN cas, le nom du client d'index ne doit être partagé avec les organisations communautaires en informant les partenaires de la communauté.
- Seules les informations nécessaires pour contacter le partenaire doivent être partagées avec ces organisations.

Considérations relatives à la confidentialité chez les enfants et les adolescents

- Respectez et préservez toujours les droits des enfants / adolescents à la confidentialité pendant le processus de dépistage du VIH.
- Donner l'assurance aux parents que les informations de leur enfant resteront confidentielles.
- Assurez à tout enfant / adolescent qui atteint l'âge du consentement que toutes ses informations seront gardées confidentielles.
- Ne partagez jamais aucune information fournie par un enfant / adolescent qui atteint l'âge du consentement avec ses parents, y compris les résultats de son test VIH.
- Gardez confidentiel toute information qui permettrait à d'autres d'identifier l'enfant / adolescent directement ou indirectement :
 - Directement : nom, date de naissance, adresse, numéro de téléphone, etc.
 - Indirectement : sexe, emplacement géographique, groupe ethnique, autres descripteurs, antécédents de dépistage du VIH ou résultats des tests de VIH

47. Tout comme nous avons discuté des considérations spéciales pour obtenir le consentement des enfants et des adolescents, nous devons également identifier les aspects uniques de la confidentialité.

Demandez aux participants de réfléchir en quoi la confidentialité entre les enfants et les adolescents diffère de celle des adultes. Renseignez-vous sur les expériences des participants.

Renvoyez les participants à la ressource « [Maximiser la couverture des tests index chez les enfants biologiques de mères vivant avec le VIH : procédures opératoires standard](#) » préparée par l'équipe inter institutions pédiatriques et OEV du PEPFAR.

Vrai ou Faux ?



- 1) Les populations clés sont généralement exposées au même risque de violence que tout le monde.
- 2) Vous pouvez informer le partenaire sexuel d'un client index de son risque d'infection sans le consentement du client index si vous ne mentionnez pas le nom du client index.
- 3) Le test index peut être introduit pendant la sensibilisation ainsi que le counseling pré-test.
- 4) Les clients index ont la responsabilité de référer leurs partenaires et amis.
- 5) Les clients index doivent être informés du statut VIH des partenaires qu'ils réfèrent.

48. Exécutez le quiz qui a ouvert cette session une fois de plus.

Demandez aux participants de se lever. Rappelez-leur qu'au fur et à mesure que vous lisez chaque déclaration, s'ils décident que c'est vrai, ils doivent aller du côté gauche de la pièce [pointez], et s'ils pensent que c'est faux, ils doivent aller du côté droit de la pièce [pointez].

Lisez chaque énoncé un par un au fur et à mesure que vous avancez chaque balle et laissez le temps aux participants de décider (avec leurs pieds). Demandez ensuite aux participants de regagner leur place et de passer à la diapositive suivante.

Session 6. Outils et flux pour les tests index

Durée : 70 minutes

Matériels :

- Formation PowerPoint - Jour 1 (avec les adaptations indiquées dans le fichier PowerPoint)
- Cartes de jeu de flux client (un jeu par groupe de discussion ; imprimez à partir d'un fichier PowerPoint distinct)
- Facultatif : documents contenant des exemples d'outils associés aux différentes étapes du processus de test index
- Flipchart et marqueurs

Objectifs : À la fin de cette session, les participants auront :

- Examiné des outils couramment utilisés et du flux client pour les services de test index
- Parcouru des étapes spécifiques et suggéré des ajustements généraux au processus de test index, en fonction du contexte local



49. *Le but de cette section est de vous présenter certains des outils couramment utilisés pour soutenir, surveiller et suivre les tests index et les services de référence associés.*

Bien que cela puisse sembler être de nombreux outils, ils sont importants pour garantir la confidentialité et la sécurité des clients, tout en aidant à déterminer l'efficacité des tests d'index dans la maîtrise de l'épidémie. Nous n'allons pas passer en revue les outils en détail, mais simplement les examiner pour le moment afin que vous en soyez conscient. Vos équipes présenteront prochainement les outils afin que vous puissiez mettre en pratique les compétences acquises

lors de cette formation tout en enregistrant les informations importantes.

REMARQUE : Si possible, déterminez à l'avance si le programme a déjà développé ou développera prochainement des outils de suivi / surveillance des tests index. Idéalement, le personnel du programme (comme ceux présents dans cette formation) aura l'occasion de s'exercer à utiliser les outils et de fournir des commentaires avant qu'ils ne soient finalisés.

Bien qu'il puisse sembler idéal d'intégrer les outils avec des séances de pratique dans cette formation, il peut y avoir beaucoup d'informations que les gens doivent suivre en une seule formation. FHI 360 recommande que les participants apprennent d'abord les options de test index, le flux et les compétences de conseil avant de pratiquer ces compétences avec les journaux / formulaires de suivi.

Vous voudrez peut-être inclure un paquet de documents avec des versions préliminaires des outils afin que les participants puissent les examiner entre les sessions, ou il peut être judicieux de ne pas fournir de brouillons jusqu'à ce que vous vous prépariez à vous former à leur utilisation.

Enfin, chacune des cases des diapositives peut être modifiée et remplacée par la langue locale (ou une autre langue).

Outils / ressources

Mise en oeuvre

- Organigramme des clients
- Répertoire des tests index
- Scripts / points de discussion pour les étapes pertinentes
- Dépistage de la violence entre partenaires intimes (VPI), PCIS, formulaires d'ajustement des services d'intervention en cas de violence
- PCIS et formulaires de surveillance et d'investigation des événements incriminés

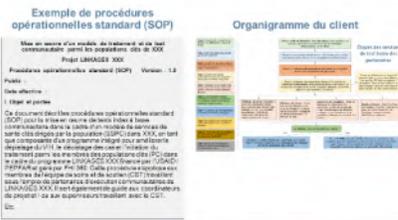
Documentation, données, suivi et évaluation (S&E)

- Accord de partage de données (si nécessaire)
- Déclaration de confidentialité (signée)
- Formulaire de documentation
- Analyse et visualisation des données
- Outils de suivi et d'évaluation (Session 14)



50. *Comme indiqué lors de l'introduction de cette session, nous passerons en revue chacun des types d'outils susceptibles d'être inclus dans notre programme de test index adapté localement. Cela ne vise pas à vous submerger, car nous aurons une occasion distincte de passer en revue chacun d'entre eux en détail une fois les versions préliminaires finalisées.*

Pour l'instant, il est important que vous sachiez à quoi ils pourraient ressembler et pourquoi nous en avons besoin. Nous passerons en revue les étapes du test index en détail et vous aurez l'occasion de déterminer où vous devrez peut-être intégrer ces outils en cours de route.



51. Les SOP aident à orienter les personnes qui sont nouvelles dans votre programme et qui n'ont peut-être pas suivi une formation comme celle-ci.

En outre, de nombreuses personnes apprécient d'avoir un organigramme visuel pour les aider à comprendre les options possibles ou les étapes spécifiques qui pourraient avoir lieu en fonction des choix ou des circonstances d'un client individuel. Nous développerons un diagramme de flux client plus tard dans cette session pour le contexte [PAYS].



52. Il est important de suivre la prestation des services de test index pour tous les clients à qui le service est proposé et d'assurer le suivi du risque de violence conjugale (VPI), des notifications de contact et des résultats.

Ce processus vous aidera également à suivre les raisons pour lesquelles les clients ont refusé les tests d'index, ce qui sera discuté dans une session ultérieure.



53. Le programme vous fournira également des scripts spécifiques pour introduire les tests index à vos clients. Il est essentiel de suivre de près ces scripts, car ils ont été élaborés avec une contribution considérable des communautés pour lesquelles ils ont été conçus. Vous aurez l'occasion de vous entraîner à utiliser ces scripts [pendant cette formation] ou [pendant une session de suivi sur les formulaires requis pour la fourniture et la surveillance du service de test index].

REMARQUE : Il sera important de savoir à l'avance s'il y aura du temps pendant la formation ou lors d'une séance de suivi sur place pour parcourir chacun des formulaires. Comme indiqué précédemment, il peut être plus efficace de s'assurer d'abord que les participants comprennent les principaux concepts du début à la fin et ont la possibilité de travailler sur certains des scénarios de pratique, avant de fournir un script complet pour les apprendre / les guider.

SOP VPI

- Questions / outil de dépistage de la violence
- La fourniture d'un soutien de première ligne et d'une orientation en cas de violence
- Stockage et partage de données en toute sécurité concernant les révélations de violence
- Déterminer l'approche de notification appropriée
- Etc.

Scripts et points de discussion pour appeler des contacts

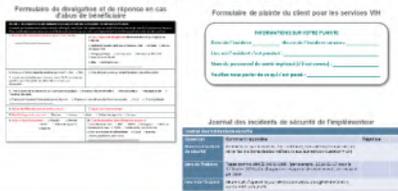


54. Notre session sur les principes fondamentaux et les normes minimales pour les tests index a révélé un certain nombre de préjugés potentiels pouvant résulter du conseil en test index ou en faire surface. Il sera important pour l'équipe d'avoir des SOP qui dirigent les membres sur ce qu'il faut faire pour dépister la violence, déterminer si la divulgation peut être sûre, décider de la bonne approche pour aviser un partenaire en fonction de la détermination de la sécurité,

planifier une divulgation sûre, et conseiller et / ou référer en cas de violence, entre autres procédures. Nous aurons un module séparé sur la violence conjugale et les événements indésirables.

Il sera également important de disposer de scripts spécifiques qui vous aideront à contacter et à discuter des expositions potentielles avec les partenaires de vos clients, et lors de séances de conseil avec les clients index. Nous aurons une chance demain de revoir, réviser et / ou développer des messages spécifiques que vous pourrez utiliser dans vos sessions.

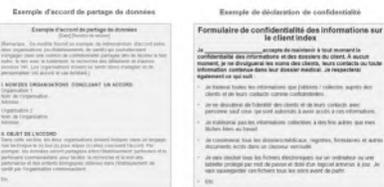
Formulaires d'événements indésirables



55. Nous avons présenté le concept d'événements indésirables à la session 5. Quelqu'un peut-il définir ce qu'est un événement indésirable ?

REMARQUE : Un événement indésirable est un incident qui cause un préjudice au client en raison de sa participation à des services de test index.

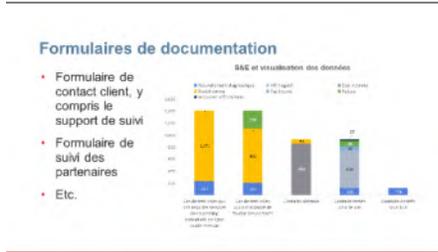
Nous discuterons plus en détail des événements indésirables dans la session 11. Il sera important que les équipes travaillent ensemble pour s'assurer que les événements indésirables signalés sont documentés en plus des mesures spécifiques prises pour assurer le suivi ou fournir un soutien. Il est également important de documenter toutes les plaintes des clients en fonction de leur expérience sur le site de prestation de services, telles que les préoccupations concernant la stigmatisation ou la discrimination, la confidentialité ou le consentement, entre autres. Les incidents devront également être enregistrés dans un journal pour assurer un suivi approprié.



56. Nous avons déjà noté l'importance de préserver la confidentialité, la sûreté et la sécurité de chacun de nos clients tout au long du processus de notification des partenaires et de test index.

Il se peut que nous devons développer un accord de partage de données entre les établissements pour nous assurer qu'ils peuvent communiquer directement pour suivre les clients lorsqu'ils font des références ou demandent de l'aide pour les références, et pour nous assurer que nous avons assuré le suivi des services appropriés.

Avoir les noms et les coordonnées des personnes susceptibles d'être à risque d'infection par le VIH est une question sérieuse. Si ces informations tombaient par erreur ou intentionnellement entre les mains d'individus qui ne font pas partie de notre continuum de services, cela pourrait mettre en danger nos clients ou leurs contacts. Si vous n'avez pas encore signé de déclaration de confidentialité, vous serez peut-être invité à en signer une dans le cadre de ce programme.



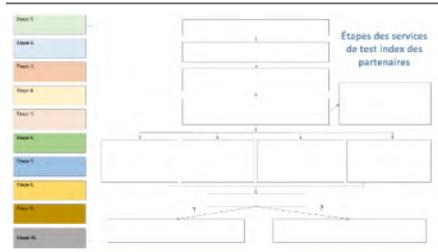
57. Nous avons besoin de documenter les coordonnées des clients, et le suivi des partenaires. Nous devons réfléchir à la manière dont nous allons suivre les données sur les tests index et normaliser les visualisations de données afin de pouvoir discuter de ce qui fonctionne et de ce qui pourrait nécessiter des améliorations.

Activité : Procédez facilement

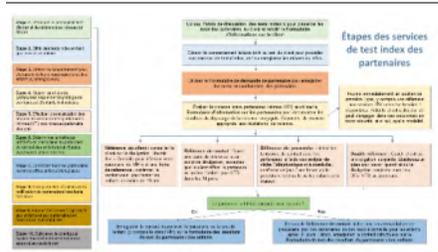
- Répartissez-vous en groupes de 8 à 10 personnes chacun
- À l'aide du fichier, créez un organigramme du client à l'aide du modèle fourni sur la diapositive suivante et des cartes individuelles fournies à chaque groupe
- Ajoutez des flèches le cas échéant pour indiquer le flux client
- Choisissez pas à ajouter la longueur de chaque carte ou à ajouter des cartes pour clarifier le flux ou des activités supplémentaires. Y a-t-il des outils ou des étapes à ajouter? À exporter? Modifier?
- **BONUS** : vérifiez les cartes "Compétences" orange, là où elles peuvent être les plus pertinentes pour soutenir une étape

58. **REMARQUE** : Imprimez à l'avance un nombre suffisant de jeux de cartes d'organigramme en fonction du nombre de groupes de discussion.

Suivez les instructions sur la diapositive. Expliquez qu'ils recevront un modèle (montré sur la diapositive suivante) pour les aider dans la tâche.



59. Montrez cette diapositive après vous être assuré que les participants ont bien compris les instructions de l'activité telles que décrites sur la diapositive précédente.



60. Utilisez cette diapositive pour revoir les étapes si nécessaire. Vous pouvez également choisir l'un des organigrammes créés par l'un des groupes à la place.

Session 7. Référence du réseau de risque

Durée : 65 minutes

Matériels :

- Formation PowerPoint - Jour 1 (avec les adaptations indiquées dans le fichier PowerPoint)
- Flipchart et marqueurs

Objectifs : À la fin de cette session, les participants auront :

- Examiné les concepts de référence du réseau de risque et comment il peut être intégré aux tests index et aux approches de référence ciblées dans le cadre d'un modèle complet.



61. *Le but de cette session est de vous présenter une approche de recrutement en chaîne d'orientation qui peut compléter les tests index et l'orientation ciblée pour accroître la portée des réseaux de risque social et améliorer le dépistage des cas.*



62. *Dans l'approche standard du test index, une personne se présente dans un centre de dépistage ou lors d'un test communautaire et, après avoir été diagnostiquée avec le VIH, est conseillée par un conseiller / prestataire utilisant l'une des quatre méthodes décrites précédemment et les partenaires d'injection de drogues et les enfants potentiellement exposés à venir se faire dépister.*

Cette approche, cependant, risque de rater des occasions d'approfondir l'étude sexuelle du cas index, l'injection de drogue et les réseaux de risques sociaux.

Certains clients peuvent préférer ne pas avertir leurs partenaires. Quels problèmes peuvent rendre plus difficile pour un membre d'une population clé d'informer son (ses) partenaire (s) ?

Permettez aux participants de donner leur avis.

Certains membres des populations clés peuvent ne pas considérer bon nombre de leurs contacts du réseau de risque comme des « partenaires ».

Certains peuvent ne pas se sentir à l'aise de divulguer leur statut à d'autres membres au sein de leurs réseaux sociaux et à risque, en partie à cause des préoccupations concernant

la confidentialité dans les petites communautés de population clé.

De plus, un client peut être au courant d'autres personnes de son réseau social qui ne sont pas nécessairement des contacts sexuels mais qui ont des comportements à haut risque.

Que pouvons-nous faire pour nous assurer que nous atteignons de manière efficace et efficiente tout le monde que nous pouvons avec des services de dépistage et de traitement ?

Référence du réseau de risque

- Offre aux PVVIH des options autoguidées supplémentaires pour étendre le lien avec le dépistage du VIH et d'autres services à un ensemble plus large de membres de réseaux sociaux et de réseaux à risque confrontés à des risques élevés d'infection au VIH par le biais de références en ligne et basées sur des coupons
- N'oblige pas les PVVIH à nommer - ou même à connaître les noms de - ces contacts pour faire des références

63. Nous avons discuté de l'importance d'offrir à nos clients des options.

Référence réseau des risques est une façon d'offrir à nos clients des options supplémentaires pour orienter les personnes avec qui ils ont eu des contacts sexuels ou usage de drogues, ou qu'ils pratiquent des comportements à risque au sein de leur réseau.

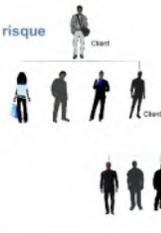
Les clients n'ont pas à nommer ces personnes et peuvent même les recommander à l'aide d'un système de coupons sans connaître leurs noms.

Référence du réseau de risque

Il est conseillé au client d'inclure les membres des PC dans son réseau social et à risque ...
... subir un test de dépistage du VIH ou s'inscrire au TAA si vous vivez avec le VIH.

Les pairs du réseau qui viennent pour les tests sont invités à faire la même chose.

Etc ...



64. Référence du réseau de risque commence généralement par un client qui fait partie de notre programme (soit un client auquel nous fournissons des services de prévention continus, soit une personne vivant avec le VIH - comme un cas index). En d'autres termes, n'importe qui, quel que soit son statut, peut parrainer ses pairs.

Le client est orienté vers le processus de référence et ...

[AVANCEZ]

...offre la possibilité d'inviter des pairs au sein de leurs réseaux sociaux et à risque à venir passer un test ou à s'inscrire au traitement pour les PVVIH qui n'ont pas encore commencé ou qui ont arrêté le traitement. Nous pouvons offrir une petite prime à chaque personne testée avec succès. Un système de coupons est utilisé pour garder une trace de qui a référé qui pour s'assurer que les gens reçoivent des incitations appropriées.

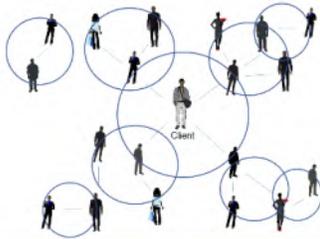
Chaque personne qui accepte de rencontrer un membre de l'équipe du programme, tel qu'un agent de sensibilisation, un

navigateur ou un conseiller, pour effectuer une évaluation des risques et un test (si éligible) peut également se voir offrir la possibilité de servir de mobilisateur.

[AVANCEZ]

Et le processus se poursuit avec tous ceux qui sont éligibles.

[AVANCEZ]



65. REMARQUE : Entraînez-vous à faire avancer l'animation sur cette diapositive en fonction de votre manière préférée d'expliquer en montrant comment vous pouvez approfondir divers réseaux sociaux grâce à cette approche. Un exemple est fourni ci-dessous.

Voici une autre façon de voir les choses.

Notre « pair mobilisateur », un client vivant avec le VIH, pourrait référer quatre personnes qu'il connaît qui sont soit des contacts sexuels, soit des personnes qui pratiquent des comportements à risque au sein de son réseau social.

[AVANCEZ]

À leur tour, ils réfèrent neuf autres personnes.

[AVANCEZ]

Et ainsi de suite.

[AVANCEZ]

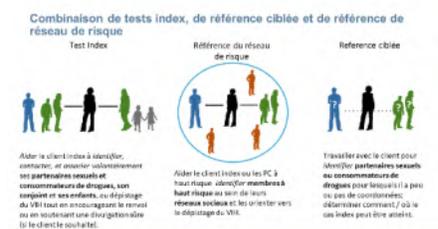
Et ainsi de suite.

[AVANCEZ].

Grâce à un processus qui ne nous oblige pas à développer des contrats avec et à superviser un personnel important.

[AVANCEZ]

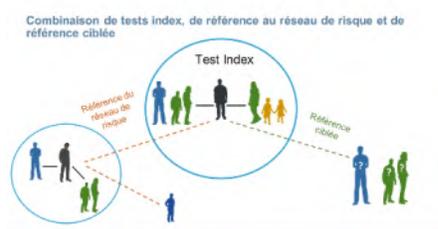
Nous avons atteint divers réseaux sociaux qui auraient été difficiles à percer si nous nous appuyions uniquement sur le réseau social d'un pair éducateur ou d'un travailleur de sensibilisation.



66. Cette diapositive montre comment la référence du réseau de gestion des risques peut être intégrée dans le cadre d'une approche globale qui comprend diverses options pour les clients.

La référence du réseau de risque étend la portée des références au-delà des clients qui seraient généralement considérés (et comptés comme) faisant partie d'une approche traditionnelle de test index.

Lors d'un renvoi ciblé, le client peut se souvenir d'une personne avec qui il a eu un contact à risque, mais il peut ne pas connaître son nom ou son numéro. Nous discuterons dans un instant de la manière dont nous pourrions atteindre ces personnes.



67. Et cette diapositive montre comment ces approches peuvent être combinées.

Le client index dans le cercle central renvoie un certain nombre de partenaires sexuels et consommateurs de drogues injectables et ses enfants à des tests en utilisant l'une des options de notification du partenaire dont nous avons déjà discuté.

De plus, il utilise une approche de référence par réseau de risque pour référer un pair avec qui il a eu des contacts sexuels (mais ne veut pas divulguer) ou connaît des comportements à haut risque (ligne en pointillés orange). Cette personne est ensuite invitée à choisir parmi le même ensemble d'options.

Le client index d'origine peut également informer le conseiller d'une personne qu'il connaît et qui pourrait être à risque, mais pour laquelle il n'a pas de nom ou de numéro de contact. Peut-être a-t-il rencontré cette personne dans un bar et il se sent à l'aise de dire au conseiller le nom et l'emplacement du bar.



68. Où pourrait donc avoir lieu la référence au réseau à risque ?

[Accordez un moment aux participants pour réfléchir et fournir des réponses. Ensuite, avancez le cas échéant, un par un, pour montrer les différents lieux par lesquels les pairs peuvent être référés. Ils incluent dans la communauté, dans un centre de santé, dans un café ou un restaurant, ou via l'un des réseaux sociaux populaires et des applications de rencontres qui pourraient être couramment utilisés dans ce pays].

Scénario: Quelle approche recommandez-vous ?

Travail de groupe

À vos tables (groupes de 5 à 6), discutez des sujets suivants.

Étude de cas

Vous conseillez un homme qui a des relations sexuelles avec des hommes qui a récemment été testé positif. Il indique qu'il a un petit ami avec qui il vit mais avec qui il n'utilise jamais de préservatifs. Il aime aussi aller dans un sex club de temps en temps et avoir des relations sexuelles en groupe avec des amis. Il utilise toujours un préservatif au sex club, mais certains de ses amis ne le font pas entre eux.

Que feriez-vous dans cette situation ? Quelles options proposez-vous à ce client ?



69. Présentez cette séance de travail en groupe en demandant aux participants de former des groupes de 5 à 6 ou de travailler à leurs tables (si les tables sont de taille).

Demandez à un participant de lire l'étude de cas, puis de lire les questions. Demandez s'il y a des questions, puis accordez au groupe 5 minutes pour réfléchir.

Après 5 minutes, demandez à des volontaires de l'un des groupes de donner leur avis (brièvement), et après chaque réponse, demandez si quelqu'un a quelque chose de nouveau à ajouter.

Activité : Référence ciblée. Comment ?

- Se diviser en cinq groupes.
- Votre client index se souvient d'avoir eu des contacts sexuels avec deux personnes au cours de la dernière année, mais il ne se souvient pas de leurs noms ni de leurs numéros. Il se souvient de l'endroit où ils traînaient.
- Réfléchissez à trois moyens efficaces pour atteindre les partenaires sexuels ou d'injection d'un client index dans cette situation.
- 10 minutes



70. Demandez aux participants de se diviser en cinq groupes ou de rester à leur table en groupes si cela est approprié ou préféré.

Demandez à un volontaire de lire le scénario et les instructions, et accordez aux groupes 10 minutes pour réfléchir.

Au bout de 10 minutes, demandez à un groupe de se porter volontaire pour faire un rapport et limitez le rapport à 2 minutes. Demandez si des groupes ont des idées différentes et permettez-leur de fournir des idées qui n'ont pas encore été formulées (évittez que les groupes ne rapportent les mêmes idées).

Passez à la diapositive suivante pour vous aider à combler les lacunes non mentionnées dans la discussion.

Comment effectuer des tests ciblés ?

- Portée ciblée sur les sites référencés par le client index.
- Diffuser des invitations à des événements de tests communautaires / sociaux (par exemple, fêtes, campagnes).
- Incitatifs (à l'aide de coupons fournis par le client, les pairs mobilisateurs ou les conseillers).
- Médias sociaux (Facebook, applications de rencontres, etc.)
- Autre ?



71. Utilisez cette diapositive pour indiquer toutes les approches possibles qui n'ont peut-être pas été discutées lors de la séance de brainstorming décrite dans l'activité de la diapositive précédente.

Évittez de répéter ce qui a déjà été dit par les groupes pour gagner du temps et honorer les contributions des participants.



72. Récapitulation de la première journée avec des résumés des participants et examen du contenu de la deuxième journée.

FIN DE JOUR 1

JOUR 2

Mot de bienvenue et examen de Jour 1

Durée : 5-15 minutes

Matériels :

- Quiz bonbon (Formation PowerPoint Jour 2, Diapositive 2)
- Récompenses bonbon

Objectifs : À la fin de cette session, les participants auront :

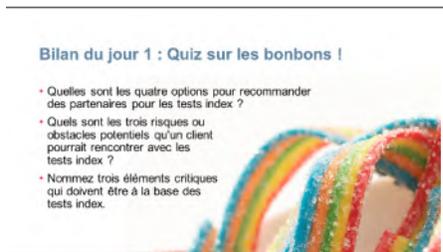
- Eu l'occasion de répondre à des questions sur les principaux problèmes et éléments discutés au jour 1 (récompense de bonbons donnée pour des réponses précises)



1. Projetez la diapositive de titre de la présentation du **Jour 2**.

Accueillez les participants et remerciez-les d'être venus au Jour 2 de la formation. Demandez-leur s'ils sont à l'aise avec la température de la pièce avant de commencer.

Comme vous animerez un petit quiz dans la diapositive suivante, vous pouvez attendre la fin du quiz pour leur demander s'ils ont des questions avant de commencer les sessions du jour 2.



2. *Est-ce-que tout le monde est prêt pour un quiz bonbon ?*

[Vous pouvez le faire rapidement en format plénier. Avancez une question à la fois et récompensez les personnes qui répondent correctement avec un bonbon (ou une autre récompense)].

Avant de passer à la session suivante, demandez aux participants s'ils ont des questions sur le matériel traité au Jour 1. Dans la mesure du possible, demandez aux participants de donner leurs idées pour aider à répondre aux questions avant de donner vos propres pensées.

Lorsque le groupe est prêt, passez à la session suivante.

Session 8. Panel client (FACULTATIF)

Durée : 45 minutes

Matériels :

- Salle aménagée pour une table ronde (table, chaises au besoin)
- Étiquettes de nom au besoin
- Formation PowerPoint - Jour 2 (avec les adaptations indiquées dans le fichier PowerPoint)

Objectifs : À la fin de cette session, les participants auront :

- Eu l'occasion d'apprendre d'un panel de clients vivant avec le VIH au sujet de leurs expériences de test index et de référence du réseau de risque, et poser des questions.
- Acquis de l'empathie pour le processus de test index



3. **CETTE SESSION EST FACULTATIVE :** Invitez un panel de clients réels vivant avec le VIH de la communauté à parler de leurs expériences spécifiques de travail avec les tests index et la référence au réseau de risque. Idéalement, certains d'entre eux auront des tests index et subi la référence du réseau des risques et eu des expériences positives.

OBJECTIF : Le but de cet exercice est de donner aux participants l'opportunité d'apprendre des expériences que les clients ont eues lorsqu'elles ont été proposées et suivies avec des options de test d'index et de référence du réseau de risque, ainsi que tous les conseils dont ils disposent pour assurer le succès du processus. Cette session aidera à orienter les participants vers les défis auxquels les clients peuvent être confrontés, ainsi que les défis que les prestataires peuvent rencontrer lorsqu'ils effectuent des tests index. Il offre également un espace sûr pour poser des questions avant de pratiquer les compétences.



4. La session peut être menée comme une table ronde. Le (s) facilitateur (s) peuvent inviter un maximum de quatre clients à s'asseoir devant la salle ou dans un cercle parmi les participants. Chaque client peut disposer d'environ 5 minutes pour parler. Discutez à l'avance avec les clients de ce que vous espérez qu'ils peuvent apporter à la discussion (une description de leurs expériences offertes et leur acceptation pour les tests index et / ou la référence au réseau de risque).

Sujets possibles à couvrir :

- Comment se sont-ils sentis ?

- Quels aspects de l'approche de counseling utilisée par le prestataire l'ont aidé à prendre une décision ?
- Quelles étaient leurs préoccupations et comment les ont-elles surmontées ?
- Quels ont été les résultats ?

Accordez 10 minutes pour les questions et réponses, puis remerciez les clients et passez à la pause thé. Idéalement, les clients resteront pour le thé, offrant aux participants plus d'occasions de les approcher s'ils ont des questions supplémentaires.

Session 9. Construire une approche localisée de test index et de référence du réseau de risque

Durée : 100 minutes

Matériels :

- Formation PowerPoint - Jour 2 (avec les adaptations indiquées dans le fichier PowerPoint)
- Facultatif : imprimez la diapositive 8 (étapes de test index) pour les sessions en petits groupes
- Flipchart et marqueurs

Objectif : À la fin de cette session, les participants auront :

- Développé et / ou adapté des modèles spécifiques de tests index pour leur contexte national, y compris des recommandations sur des outils spécifiques, et les rôles et responsabilités des principaux acteurs.



5. *Au cours de cette session, vous aurez l'occasion de réfléchir à la manière d'adapter les tests index et la référence au réseau de risque pour le contexte [PAYS]. Nous reviendrons sur les organigrammes sur lesquels vous avez travaillé dans la Session 6, puis, en utilisant plusieurs questions clés, construisons une conception étape par étape.*

Adaptation locale des tests index : considérations

- QUI devrait proposer des tests index ? De quelle formation ont-ils besoin ? Quelles qualifications ?
- OU doivent avoir lieu les tests index et la référence au réseau de risque ?
- QUELS matériels existent et qu'est-ce qui doit être adapté ou développé ?
- QUELS changements de politique et / ou directives officielles sont nécessaires ?

6. *Lors de l'examen de la meilleure façon d'adapter une approche de test index pour le contexte [PAYS], cela nous aidera à examiner d'abord certaines questions générales familières.*

Qui seront les acteurs clés pour proposer aux clients des tests index ? Où fourniront-ils ces services, et de quelles

qualifications et formation auront-ils besoin pour effectuer efficacement des tests index ?

Que faudrait-il adapter pour compléter notre boîte à outils ?

Y a-t-il des politiques qui devront être élaborées ou modifiées pour garantir que les bonnes personnes puissent les mettre en œuvre aux endroits les plus appropriés ?

Activité : conception étape par étape

- Répartissez-vous en groupes de 8 à 10 personnes chacun
- Organisez des séances de travail en petits groupes pour :
 - Discutez des considérations / questions clés par étape
 - Développez des recommandations / réponses spécifiques en fonction des questions de vos étapes
- 75 minutes de séance de travail
- Rapport (pas plus de 5 minutes par groupe)



7. Prenons le temps de répondre à ces questions et à d'autres en petits groupes.

Demandez aux participants de se diviser en groupes de 8 à 10 personnes. Cela peut impliquer de combiner des personnes d'une table à une autre, de sorte que vous ayez deux ou trois groupes au total.

Expliquez que vous allez montrer plusieurs questions sur la diapositive suivante qui suivent les étapes clés du test index discutées dans la session 6. Le but de cette session est de diviser les étapes par groupes et de répondre aux questions dans la mesure du possible dans le temps imparti (environ 75 minutes). Compte tenu du temps imparti, les groupes doivent être encouragés à donner le plus de détails possibles, tout en restant sur la bonne voie pour répondre à toutes les questions.

Demandez s'il y a des questions, puis passez à la diapositive suivante. Vous pouvez également choisir d'imprimer cette diapositive à l'avance afin que chaque groupe (ou tous les participants) en ait une copie.

Activité : conception étape par étape

Étape 1 Choisissez le scénario de test et les fonctionnalités à tester (voir page 10)	Question 1 Quel type de tests allez-vous effectuer ? Pourquoi ?
Étape 2 Définissez les critères de réussite	Question 2 Quelles sont les fonctionnalités que vous allez tester ? Pourquoi ?
Étape 3 Choisissez les fonctionnalités à tester	Question 3 Quelles sont les fonctionnalités que vous allez tester ? Pourquoi ?
Étape 4 Choisissez les fonctionnalités à tester	Question 4 Quelles sont les fonctionnalités que vous allez tester ? Pourquoi ?
Étape 5 Choisissez les fonctionnalités à tester	Question 5 Quelles sont les fonctionnalités que vous allez tester ? Pourquoi ?
Étape 6 Choisissez les fonctionnalités à tester	Question 6 Quelles sont les fonctionnalités que vous allez tester ? Pourquoi ?
Étape 7 Choisissez les fonctionnalités à tester	Question 7 Quelles sont les fonctionnalités que vous allez tester ? Pourquoi ?
Étape 8 Choisissez les fonctionnalités à tester	Question 8 Quelles sont les fonctionnalités que vous allez tester ? Pourquoi ?
Étape 9 Choisissez les fonctionnalités à tester	Question 9 Quelles sont les fonctionnalités que vous allez tester ? Pourquoi ?
Étape 10 Choisissez les fonctionnalités à tester	Question 10 Quelles sont les fonctionnalités que vous allez tester ? Pourquoi ?

8. REMARQUE : Vous voudrez peut-être imprimer des copies de cette diapositive à l'avance pour chaque groupe ou pour tous les participants afin de les aider pendant l'activité.

En fonction du nombre de participants et des groupes de discussion, divisez les étapes par groupe en conséquence. Par exemple, s'il y a trois groupes, vous pouvez les diviser comme suit :

Groupe A : Étapes 1 à 3

Groupe B : Étapes 4 à 6

Groupe C : Étapes 7 à 10

Notez que vous demanderez à un bénévole de chaque groupe de faire un rapport pendant pas plus de 5 minutes, et un prix ira au groupe qui est le plus créatif et concis.

Avant de commencer l'activité, dites ce qui suit :

Je voudrais noter que, pour l'étape 5, les divulgations de violence devraient également aider à éclairer la prise de décision sur la pertinence des tests index ; les décisions ultimes incombent à l'utilisateur du service.

Par conséquent, une divulgation de violence à l'étape 5 ne rend pas une personne inadmissible à un test index. Cependant, la divulgation de la violence doit être prise en compte pour déterminer si et quelle modalité doit être utilisée.

Accordez aux groupes environ 70 à 75 minutes pour effectuer leur travail. Si vous constatez qu'un groupe a terminé très tôt, rendez-lui visite pour voir ce qu'il a fait et considérez les détails fournis dans ses notes. S'ils sont relativement limités, encouragez-les à entrer plus en détail (c.-à-d. étapes de service spécifiques, noms des organisations / agences / départements, documents ou politiques spécifiques nécessaires, etc.). Si le groupe en a la capacité, vous pouvez également leur demander de commencer à considérer les spécificités des aides de travail ou des SOP qu'ils recommandent. Qu'est-ce qui existe déjà et qui pourrait devoir être modifié ? Qui pourrait être responsable de l'adaptation, de la révision ou de l'élaboration de nouvelles orientations. Qu'est-ce qui pourrait être réaliste en termes de temps ? Etc.

Rassemblez les groupes avec au moins 25 minutes restantes, et demandez à chaque groupe de demander à un journaliste d'expliquer ce dont ils ont discuté en 5 minutes ou moins. Si vous le souhaitez, vous pouvez chronométrer chaque session et donner au journaliste un avertissement d'une minute. Permettez à tous les groupes de présenter, puis animez une discussion sur les étapes avec le temps restant.

N'oubliez pas de remettre un prix au groupe avec le rapport le plus clair et le plus concis (vous pouvez faire voter les groupes ou décider par vous-même).

Demandez s'il y a des questions, puis passez à la session suivante.

Session 10. Counseling de motivation

Durée : 90 minutes

Matériels :

- Formation PowerPoint - Jour 2 (avec les adaptations indiquées dans le fichier PowerPoint)
- Balle (pour Réflexions lancer de balle- Diapositive 16)
- Flipchart et marqueurs

Objectifs : À la fin de cette session, les participants auront :

- Révision des principales techniques de counseling de motivation et mise en pratique de leur utilisation dans des scénarios réalistes



9. *Dans cette séance, nous discuterons de certaines techniques que vous pouvez utiliser pour aider vos clients à trouver leurs propres motivations pour prendre des décisions saines pour eux-mêmes, leurs proches et leurs partenaires. Vous aurez également plusieurs occasions de pratiquer les techniques. Même si vous avez déjà suivi une formation en counseling de motivation, les exercices de cette séance vous aideront à rafraîchir vos compétences et à aider vos pairs à les apprendre et / ou à les pratiquer.*

Comment répondriez-vous ?

Vous êtes assis en face d'une cliente TS qui a récemment reçu un diagnostic de VIH. Elle dit vouloir réitérer son partenaire sexuel, un homme avec qui elle a vécu avec ses deux enfants. Mais elle ne veut renvoyer aucun des clients avec lesquels elle a eu des relations sexuelles sans préservatif parce qu'elle craint qu'ils ne la quittent et qu'elle ne pourra pas travailler nulle part dans la ville.

10. Demandez à un volontaire de lire le scénario sur la diapositive.

Obtenez des réponses du groupe sur la façon dont ils pourraient répondre, puis passez à la diapositive suivante.

Counseling de motivation

Une approche de communication centrée sur le client pour susciter et renforcer la motivation au changement

11. Demandez à un volontaire de lire la définition du counseling de motivation. Puis passez à la diapositive suivante.

Pourquoi une

Approche de communication centrée sur le client pourrait-elle susciter et renforcer la motivation au changement

... être important dans les tests index et la référence du réseau de risque ?

12. Pourquoi une approche de communication centrée sur le client pour susciter et renforcer la motivation au changement pourrait-elle être importante dans le contexte des tests index et de la référence au réseau des risques ?

Accordez quelques instants aux participants pour répondre à la question, puis passez à la diapositive suivante.

Le counseling de motivation est essentiel

• Discuter de la référence des partenaires avec les clients soulève des problèmes qui nécessitent de la sensibilité, des questions appropriées et des messages :

- Divulgence
- Violence
- Infidélité
- Craintes

• N'oubliez pas d'utiliser des techniques de counseling de motivation :

Écoute réfléchie Affirmation Interrogation Demander-dire-demander

• Reconnaître et encourager les discussions sur le changement

13. Plusieurs problèmes peuvent survenir lorsque vous discutez de la recommandation d'un partenaire avec vos clients.

Certains clients peuvent avoir été victimes de violence ou craindre que la divulgation ne mène à la violence. Ils peuvent être aux prises avec l'obligation de dire à quelqu'un qui les aime qu'ils n'ont pas été fidèles dans la relation et qu'ils les ont exposés à l'infection par le VIH. Il n'est pas rare que les clients éprouvent de la peur, de la honte et de l'ambivalence quant à ce qu'ils doivent faire.

Il est important d'utiliser des techniques de conseil motivationnel à toutes les étapes. Ceux-ci incluent :

[NOMMEZ CHAQUE COMPÉTENCE AU FUR ET À MESURE QUE VOUS LES FAITES PROGRESSER UNE À UNE À UNE SUR LA DIAPOSITIVE].

Il est également important que vous reconnaissiez lorsque vos clients parlent des changements qu'ils envisagent d'apporter et qui favorisent des résultats positifs et les encouragent.

Écoute réfléchie

- Réflexions = déclarations
- L'auditeur essaie de comprendre à l'aide d'énoncés réflexifs
- Aide à recueillir des informations et renforce la confiance
- Le client est au centre :
 - Vous vous sentez comme...
 - Vous vous demandez si ...
 - Ce que je vous entends dire, c'est...



14. Demandez aux participants ce qu'ils pensent être une « écoute réflexive ».

Permettez-leur de répondre.

Les réflexions sont des déclarations - pas des questions - qui peuvent être utilisées pour recueillir des informations et pour vous aider à mieux comprendre votre client.

Il existe des signaux verbaux qui peuvent être utilisés lorsque l'on fait une réflexion. Par exemple :

- « Alors vous pensez... »
- « Ce que j'entends, c'est que vous ... »
- « Vous vous demandez si ... »
- « Cela ressemble à ... »

Celles-ci ne doivent pas être utilisées, mais elles peuvent être utiles, en particulier pour quelqu'un qui commence tout juste à utiliser les réflexions.

Demandez aux participants de mettre en pratique l'idée de base des réflexions en leur donnant quelques déclarations et voyez s'ils peuvent vous les refléter.

- « Les gens parlent toujours du VIH, mais je suis jeune et en forme, donc je ne m'en soucie pas vraiment ».
- « Je sais que je devrais le dire à ma femme, mais je ne sais pas ce que je ferais si elle et les enfants me quittaient ».
- « Si je demande à mon petit ami d'utiliser des préservatifs, il va penser que j'ai couché avec d'autres ».

Activité : Réflexion de groupe

- Formez un grand cercle de groupe



15. **Lancer de balle réflexions** : Demandez aux participants de se rendre dans une partie de la salle où tout le groupe peut se tenir en cercle et se voir. Apportez une balle qui peut être facilement lancée et attrapée (cela peut être fait avec du papier et du ruban adhésif si nécessaire). Expliquez que vous ferez une déclaration sur vous-même. Vous pourriez suggérer un thème pour le groupe - tel que « Quelque chose que j'aime en moi » ou « Quelque chose sur lequel je travaille » - ce qui convient à vos participants.

Exemple : *J'adore voyager pour mon travail, mais je sens que je n'ai pas assez de temps à passer avec mes amis et ma famille.*

Expliquez qu'après avoir fait votre déclaration, vous établissez un contact visuel avec quelqu'un dans le cercle et vous lui lancez le ballon lorsqu'il semble prêt à le recevoir. Leur travail consiste d'abord à réfléchir à ce que vous avez dit, puis à faire une déclaration sur eux-mêmes, puis à lancer la balle à quelqu'un d'autre.

Remarque : cela nécessite que les participants soient attentifs les uns aux autres. Continuez jusqu'à ce que tout le monde ait eu au moins un tour - si ça se passe bien, vous pouvez continuer pour un tour supplémentaire, mais avec un thème différent. Essayez d'éviter que les participants passent le ballon à la personne à côté d'eux - l'idée est que tous les participants écoutent et réfléchissent, car ils ne savent jamais s'ils pourraient être les suivants.

Une fois l'activité terminée, demandez aux participants ce qu'ils ont ressenti. Qu'est-ce qui était facile à réfléchir ? Ce qui était difficile ?

Attendez-vous à entendre qu'il était difficile de rester concentré et de suivre tout ce qui se disait.

Expliquez que *pour être en mesure de refléter efficacement les déclarations de votre client, vous devez être capable d'écouter attentivement et de surveiller votre client à la recherche d'indices verbaux et non verbaux ET de réfléchir attentivement à la signification de votre client. Plutôt que de vous préoccuper de ce que vous voulez dire à votre client, votre première préoccupation devrait être de comprendre ce qu'il essaie de vous dire.*

Affirmation

- Aide à :
 - Accentuer le positif
 - Reconnaître la valeur du client
 - Engager, soutenir, encourager, s'ouvrir
- Commentez sur quelque chose de positif (évitiez de commencer par « je ») :
 - Vous prenez vraiment le contrôle de votre santé.
 - Même si vous n'avez pas atteint votre objectif cette semaine, regardez le chemin parcouru depuis le début du traitement.



16. Demandez aux participants si quelqu'un peut expliquer ce qu'est une affirmation.

Offrir de l'affirmation signifie mettre en évidence les aspects positifs de nos clients. De nombreux éducateurs / conseillers peuvent passer la majorité de leur temps à se concentrer sur les « mauvais » comportements de leurs clients et reconnaître rarement leurs choix, changements ou intentions positifs. L'affirmation peut aider à établir un rapport positif avec nos clients (cela peut être épuisant si quelqu'un vous dit toujours ce que vous pouvez faire mieux). L'affirmation peut également diminuer la défensive des clients et les rendre plus ouverts à des commentaires critiques constructifs à l'avenir. Fondamentalement, l'affirmation est une question d'empathie - car elle montre que nous reconnaissons la valeur de chaque personne, même celles qui ne pratiquent pas les comportements idéaux de manière cohérente, voire jamais.

Expliquez qu'il existe différentes manières d'affirmer.

Demandez aux participants des exemples de choses qu'ils pourraient affirmer à propos d'un client (ou d'un ami / membre de la famille / partenaire).

- Vous pouvez faire un commentaire positif sur les intentions ou les actions d'une personne
- Vous pouvez commenter les traits ou compétences positifs
- Vous pouvez même recadrer un négatif en positif – c'est-à-dire, « *Vous n'avez pas encore été en mesure d'arrêter de fumer, mais vous continuez d'essayer, car vous vous souciez vraiment de votre santé* ».

Activité : Affirmations

- Formez des groupes de trois
- Les « clients » discutent d'une situation réelle
- Les « prestataires / conseillers » s'exercent à affirmer quelque chose de positif sur la personne, ses actions, ses intentions, ses traits ou ses compétences
- Commencez par « vous », évitez « je »
- Les « observateurs » prennent des notes
- Durée : 5 minutes



17. Demandez aux participants de se tourner vers un partenaire à leur table (tout le monde devrait être en groupe de deux ou trois si nécessaire). Dites aux participants que le but de cet exercice est de prendre quelques minutes pour pratiquer les affirmations les uns avec les autres. Demandez aux participants de penser à une situation réelle dans laquelle ils sont actuellement confrontés et qu'ils se sentent à l'aise de partager avec leur (s) partenaire (s). Ensuite, à son tour, chaque personne doit parler brièvement à l'auditeur du problème sur lequel elle travaille et de ce qu'elle fait pour surmonter les défis auxquels elle est confrontée.

Encouragez les participants qui servent d'auditeurs à fournir des affirmations le cas échéant, en veillant à commencer par « vous » dans leurs déclarations (évitiez de commencer par « je ») et à vous concentrer sur quelque chose de positif concernant la personne, ses actions, ses intentions, ses traits, ou compétences

Accordez environ 5 minutes à l'exercice, puis discutez en plénière des réactions et des observations de l'activité.

*Qu'avez-vous ressenti en recevant une affirmation ?
Qu'avez-vous ressenti en donnant une affirmation ?
Comment cela pourrait-il potentiellement aider la relation client-prestataire dans la conduite de tests index et de référence au réseau de risque ?*

S'il reste du temps, demandez aux participants quelle est la différence entre l'affirmation et la louange.

L'affirmation n'est pas la même chose que la louange. Affirmer, c'est énoncer quelque chose comme un fait - reconnaître la bonté, la valeur chez notre client, ou leurs comportements ou leur comportement prévu. Cette bonté existe, que nous choisissons de la reconnaître ou non - elle l'est tout simplement. Faire l'éloge, par contre, c'est établir le travailleur de sensibilisation ou le conseiller comme un juge de ce qui est bon ou mauvais, de ce qui a de la valeur et de ce qui ne l'est pas. Cela les place dans une position au-dessus du client.

En pratique, cela signifie faire des affirmations qui se concentrent sur « vous » (le client) plutôt que sur « je » (l'agent de sensibilisation). Pensez à la différence entre « Vous voulez vraiment vous protéger » et « Je pense que vous essayez très fort ». Dans le premier exemple, l'accent est mis sur le client ; dans le second, l'accent est mis sur le travailleur de sensibilisation et son évaluation du client.

Interrogation

- Questions ouvertes :
 - Peut conduire à un large éventail de réponses
 - Rechercher des informations ; permettre la surprise
 - Inviter le point de vue et l'exploration du client
- Questions fermées
 - Établir les faits (oui / non)
- Évitez les questions suggestives ou « pourquoi » :
 - Vous savez comment utiliser un préservatif, non ?
 - Pourquoi n'avez-vous pas informé votre partenaire comme vous l'avez dit ?



18. Demandez aux participants de vous aider à définir la différence entre les différents types de questions que l'on pourrait utiliser :

- Question ouverte
- Question fermée
- Question principale ou « pourquoi »

Demandez aux participants de donner des exemples de chaque.

Discutez des types de questions qu'il serait généralement préférable d'utiliser avec les clients et du moment où ils utiliseraient les différents types de questions :

- Ouvertes : vous permet de sonder profondément, tout en gardant la conversation concentrée sur le client. Aide à établir des relations et à maintenir le flux.
- Fermées : utile pour établir des faits, comprendre le comportement, mais on peut tomber dans le « piège de l'évaluation » où le client répond simplement à une liste de questions.

Quel pourrait être le danger d'utiliser des questions suggestives ou « pourquoi » commençant par pourquoi ?

- Question suggestive : généralement inappropriée car vous ne savez pas si le client vous dit la vérité ou vous dit ce que vous voulez entendre.
- Question « Pourquoi » : toujours inappropriée. Les questions chargées sont une forme de blâme sur le client, et elles sont incompatibles avec une bonne communication pour le changement de comportement.

Activité : Interrogation

- Revenez à vos groupes de trois « prestataires / conseillers » qui s'exercent à poser des questions ouvertes et fermées ;
- Les « observateurs » prennent des notes
- Durée : 5 minutes



19. Demandez aux participants de retourner à leurs groupes de trois et de reprendre les discussions qu'ils venaient d'avoir.

Cette fois, demandez à un participant de commencer par poser une question pour obtenir plus d'informations sur la situation discutée dans le dernier exercice (les individus peuvent changer de rôle s'il n'y avait pas assez de temps pour le faire lors de la session précédente). Les prestataires / conseillers doivent être encouragés à utiliser des questions ouvertes et fermées pour en savoir plus sur le point de vue, les expériences, etc. du client.

Les observateurs doivent observer quels types d'informations les différentes approches de questionnement fournissent et comment la conversation se déroule en conséquence. Ils doivent également être à l'affût des questions suggestives ou des questions commençant

par « pourquoi » et en prendre note. Si le temps le permet, les individus peuvent changer de rôle.

Tenez une brève discussion en plénière après l'exercice pour recueillir les observations et les réflexions du groupe.

Quel est le bon moment pour utiliser une question ouverte par rapport à une question fermée ?

Les questions ouvertes, par opposition aux questions fermées, vous aident à vous engager et à mieux comprendre votre client, car elles gardent l'attention sur le client plutôt que sur vous. Ce sont généralement la meilleure façon d'entamer une conversation lorsque vous créez encore un rapport avec votre client. Cela ne signifie pas que vous ne devez jamais utiliser de questions fermées - des questions fermées sont parfois nécessaires pour obtenir des informations spécifiques ou précises, ou pour clarifier un point.

Si vous avez une liste de questions spécifiques avec oui ou non pour lesquelles vous avez besoin de réponses (par exemple, à des fins de collecte de données), il est préférable de les enregistrer pour plus tard. Vous pouvez trouver que vous obtenez les réponses dont vous avez besoin sans avoir à poser ces questions spécifiques.

Quand est-ce au tour du conseiller / prestataire de parler ?

Quand...

- Vous pensez que le client est mal informé
- Vous pensez que le client manque d'informations
- Vous pensez à une idée qui pourrait être utile au client
- Le client demande des informations



20. Réfléchissez à certaines des situations dans lesquelles il est important que les conseillers / prestataires prennent l'initiative :

- Si le client manque d'informations ou est mal informé
- Si vous avez une idée ou une suggestion qui pourrait aider le client
- Si le client demande des informations ou de l'aide
- Autres ?

Lorsque c'est à votre tour de fournir des informations, il peut être difficile de le faire sans avoir l'air d'être l'expert et le client dépend de vous pour obtenir des informations. Quel pourrait être le risque de jouer l'expert plutôt que d'être un collaborateur ?

Jouer à l'expert peut être plus rapide, mais il ignore les connaissances / expériences que le client peut déjà avoir. Cela peut envoyer un message au client que nous ne sommes vraiment pas intéressés par lui en tant que personne. Cela signifie également que nous ne sommes peut-être pas en train de relever les défis les plus importants du client, car nous n'avons pas demandé quels étaient ces

problèmes. Enfin, même si les clients acceptent sans enthousiasme nos suggestions en tant qu'experts, ils peuvent ne pas être vraiment engagés dans le changement.

Demander-dire-demander

- « Demander » : découvrez ce que le client sait déjà
- « Dites » : fournissez des informations supplémentaires, le cas échéant (avec autorisation)
- « Demander » : susciter la réaction du client aux nouvelles informations



21. Nous voulons être en mesure de fournir des informations et des conseils à nos clients, mais nous voulons le faire de manière collaborative.

C'est là qu'intervient « Demander-Dire-Demander » :

- **Demandez** au client ce qu'il sait déjà sur le sujet en question.
- **Donner** au client des informations supplémentaires. (Et uniquement les informations pertinentes. Il n'est pas nécessaire de répéter ce que les clients savent déjà, et nous devons éviter de les submerger de détails).
- **Demandez** au client sa réaction aux nouvelles informations que vous avez fournies.

Demander aux clients ce qu'ils savent déjà et comment ils interprètent les informations que nous partageons avec eux est quelque chose que nous pratiquons chaque fois que nous voulons fournir de nouvelles informations ou suggestions à notre client - cela renforce l'autonomie du client.

Script demander-dire-demander

Client : J'essaie toujours d'être prudent, mais maintenant je suis inquiet - et s'il s'avérait que le VIH ou quelque chose de genre ?

PE : Vous craquez dans cette affaire ? [?] Je me demande si je devrais vous demander ce que vous savez vraiment sur le VIH ? [?]

Client : Je sais que je pourrais avoir des relations sexuelles et que ça n'aurait pas de préservatif. Mais j'ai peur que parce que je ne dors pas avec un genre de genre, je n'aie pas à m'inquiéter.

PE : Pourriez-vous expliquer un peu ce que vous entendez par « ce genre de genre » ? [?]

Client : Les gens qui couchent partout. Je vais avec mon partenaire - c'est un très bon homme et de grande taille, j'aime jouer - alors j'ai peur, pas de problème.

PE : Oh bon, il semble que vous en sachiez déjà un peu plus sur le VIH. Si vous le souhaitez, je peux partager un peu plus d'informations avec vous. [?]

Client : D'accord.

PE : Alors, comme vous l'avez dit, vous pouvez contracter le VIH à la suite de rapports sexuels non protégés, et surtout si vous avez eu des relations sexuelles avec sans préservatif. Le point à l'extérieur de votre anus peut ne déclencher très facilement, ce qui facilite la transmission du virus d'une personne à une autre si une personne est positive. Cela ressemble-t-il à votre situation ? [?]

Client : Ouais - il est toujours dérivé et je suis toujours assis. Mais nous n'utilisons jamais de préservatif.

PE : D'accord, vous êtes assis sans préservatif, mais il y a grand bien sûr de la [?] Beaucoup de gens se trouvent dans cette situation - je peux vous en dire un peu plus si vous le souhaitez ? [?]

Client : Oh, bien sûr.

PE : Si à des relations sexuelles avec vous sans préservatif, il pourrait y avoir un risque de VIH. Beaucoup de gens pensent que seuls certains types de personnes sont à risque, mais en fait, n'importe qui pourrait être affecté par le VIH, peu importe qui vous regardent ou qui habite. Il y a aussi moyen de savoir les regarder ailleurs, il est difficile - le seul moyen de savoir avec certitude est de se faire tester. Comprenez-vous cela ? [?]

Client : Je suppose, je sais que tout le monde dit que vous devez vous faire tester et connaître votre statut, mais j'ai toujours pensé qu'il valait mieux ne pas savoir.

PE : Vous avez donc eu des relations sexuelles non protégées, et vous vous inquiétez de VIH, et vous avez pensé au dépistage, mais d'un autre côté, il vaut peut-être mieux ne pas savoir - est-ce exact ? [?]

22. Demandez à deux volontaires de vous aider à jouer le script sur la diapositive. Si le groupe de formation est grand, vous voudrez peut-être imprimer la diapositive à l'avance et en distribuer des copies avant le début de l'activité.

Avant que les deux lecteurs ne commencent, expliquez que l'un servira de client et l'autre de conseiller.

Expliquez que les points d'interrogation en rouge (sur la diapositive) dans le script sont des marqueurs qui suivent une ou plusieurs des compétences abordées dans cette session. Au fur et à mesure que les deux lecteurs bénévoles parcourent le script, les participants sont invités à lever la main ou à appeler la compétence utilisée juste avant chaque point d'interrogation.

Demandez aux lecteurs volontaires de faire une pause à chaque point d'interrogation rouge pour laisser aux participants le temps de deviner. Utilisez le corrigé dans les notes de la diapositive pour guider les participants.

Évitez ceci ...

- Pousser le client à faire quelque chose lorsqu'il n'est pas prêt
- Se disputer avec le client
- Ordonner ou commander le client de faire quelque chose
- Blâmer, humilier ou juger le client parce que vous n'êtes pas d'accord avec ses choix



23. *Quelle que soit la stratégie que vous utilisez pour communiquer avec vos clients, il est important d'éviter certaines approches de communication qui, bien qu'elles soient bien intentionnées, sont susceptibles d'encourager les clients à résister au changement.*

Ceux-ci incluent ceux de cette diapositive. Est-ce que quelqu'un aimerait les lire sur la diapositive ?

Demandez à un volontaire de lire les exemples.

... essayez plutôt cela

- Utilisez des questions ouvertes pour sonder les connaissances, les expériences et les défis du client
- Demander et renforcer les propres raisons d'une décision du client
- Explorer les raisons de la résistance et changer d'orientation si nécessaire
- Utiliser une écoute réflexive pour lutter contre l'ambivalence
- Impliquer le client dans la résolution de problèmes



24. *Au lieu des approches de la diapositive précédente, vous pouvez essayer d'utiliser ces approches à la place. Quelqu'un aimerait-il lire la diapositive ?*

Demandez à un volontaire de lire la diapositive.

Quand la motivation franchit-elle la ligne de la coercition ?

25. *Quelqu'un peut-il me dire ce qu'est la motivation ? Quels autres mots utiliseriez-vous pour le décrire ? Quel est le lien avec les tests index ?*

Capturez les commentaires des participants sur un flipchart.

Quelqu'un peut-il maintenant me dire ce qu'est la coercition ?

Capturez les commentaires des participants sur un flipchart. Mettre en évidence les similitudes entre les mots utilisés pour décrire la motivation et la coercition.

Quand la motivation franchit-elle la ligne de la coercition ? Faisons un petit exercice pour voir ce que vous en pensez.

Demandez au groupe de se lever. Ils devront pouvoir marcher d'un côté ou de l'autre de la pièce, ou rester au milieu pour cet exercice. Alternativement, ils peuvent rester assis et lever la main.

Citez les exemples suivants et demandez aux participants de voter avec leur corps et / ou leurs mains pour indiquer s'il s'agit de motivation, de coercition ou un peu des deux :

1. *Pour augmenter les résultats des tests index, la clinique A paie aux PVIH 10 \$ pour chaque partenaire qu'ils réfèrent, et 5 \$ de plus si le partenaire est positif.*
2. *Une cliente PVIH arrive pour récupérer son TARV. Le conseiller lui dit qu'elle ne peut pas obtenir le*

médicament à moins qu'elle ne réfère au moins deux partenaires pour un dépistage du VIH.

3. Une mère vivant avec le VIH hésite à amener ses enfants biologiques pour le dépistage du VIH. Vous la jumelez avec une mère qui peut partager sa propre expérience en référant ses enfants.

COERCION : la pratique de persuader quelqu'un de faire quelque chose en utilisant la force ou des menaces.

Rappelez aux participants que la non-coercition est un principe fondamental du dépistage du VIH avant de passer à autre chose.

Lorsque les techniques de counseling de motivation ne sont pas appropriées

- Si la violence entre partenaires intimes (VPI) est révélée, il n'est plus approprié de remédier à l'ambivalence, d'explorer les raisons de la résistance ou de changer d'orientation
- Au lieu de cela, le prestataire doit passer à un ensemble de compétences appelé : « Assistance de première ligne » *

* Discuté lors de la prochaine session

26. Le counseling de motivation aide les clients et les prestataires à établir une relation dans laquelle des informations sensibles sont susceptibles d'être partagées. Dans le contexte des tests index, ces informations peuvent impliquer la violence de l'un des partenaires du client index.

Les divulgations de VPI ne peuvent pas être traitées comme d'autres causes telles que l'ambivalence ou d'autres raisons de résistance. Engager un partenaire violent via la notification du partenaire peut causer un préjudice extrême au client index. Si un client ne se sent pas à l'aise pour engager un partenaire en raison de la violence ou de la menace de violence, il ne devrait pas être poursuivi plus loin.

Dans le même temps, un client qui divulgue le VPI a maintenant partagé des informations importantes qui peuvent affecter son observance du traitement, sa charge virale et son bien-être général.

Il doit être traité immédiatement.

Lorsque des divulgations de violence se produisent, la conversation sur les tests indexation doit être interrompue et le prestataire doit passer à un soutien de première ligne. Le support de première ligne sera étudié en détail lors de la prochaine session.

Session 11. Interroger et réagir à la violence entre partenaires intimes

Durée : 120 minutes

Matériels :

- Formation PowerPoint - Jour 2 (avec les adaptations indiquées dans le fichier PowerPoint)
- Flipchart et marqueurs

Objectif : À la fin de cette session, les participants auront :

- Abordé des considérations importantes en demandant et en répondant à la violence entre partenaires intimes dans le contexte des programmes pour les populations clés.



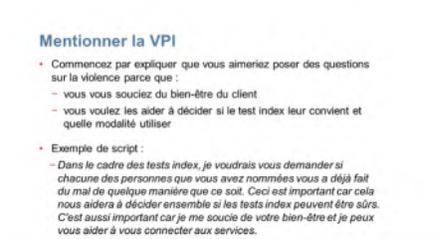
27. Au cours de cette séance, nous discuterons de certaines des exigences minimales à respecter avant de poser des questions sur la violence, et nous apprendrons les moyens recommandés pour poser des questions et réagir à la violence entre partenaires intimes.



28. Nous avons évoqué à plusieurs reprises la violence tout au long de cette formation. Au cours de cette séance, nous discuterons de la manière de poser des questions sur la violence et de ce qu'il faut faire lorsqu'elle est divulguée.

Avant que les membres du personnel d'un programme puissent poser des questions sur la violence - ainsi, avant que le programme puisse mettre en œuvre un test index - plusieurs éléments doivent être en place. Bien que les prestataires ne soient pas responsables de bon nombre d'entre eux (comme l'élaboration de SOP), il est important que vous sachiez quels types de soutien devraient être disponibles pour vous lorsque vous vous engagez dans ce travail important.

Les deux exigences que nous allons couvrir en détail dans cette session sont décrites en rouge sur la diapositive.



29. De nombreux clients ne comprendront pas pourquoi un conseiller VIH voudrait parler de leurs expériences de violence. Par conséquent, il est important de commencer par expliquer que vous aimeriez poser des questions sur la violence parce que vous vous souciez de leur bien-être et que vous voulez les aider à prendre une décision quant à savoir si le test index leur convient et quelle modalité utiliser.

Vous pouvez envisager d'utiliser le script fourni ici sur la diapositive. Est-ce que quelqu'un aimerait se porter volontaire pour le lire ?

Demandez à un participant de lire les lignes et de demander s'il y a des questions.

Poser des questions sur la VPI

- [Nom du partenaire] vous a-t-il déjà raggé, donné un coup de pied, giflé ou bousillé ?
 - [Nom du partenaire] vous a-t-il déjà forcé à faire quelque chose de sexuel qui vous mettait mal à l'aise ?
 - Est-ce que [nom du partenaire] essaie de vous contrôler, par exemple, en ne vous laissant pas d'argent ou en vous empêchant de sortir de la maison ?
 - Est-ce que [nom du partenaire] vous humilie, menace de vous blesser ou vous fait peur ?
- Envisagez des questions adaptées aux populations clés, par exemple :
- [Nom du partenaire] vous a-t-il déjà dévisé ou demandé de parler à votre famille ou à d'autres personnes de votre orientation sexuelle, de votre identité de genre, de votre profession/travail (du sexe) ou de votre consommation de drogue afin de vous nuire ?
 - [Nom du partenaire] a-t-il déjà essayé de contrôler votre processus de transition ?
-- (dans le cas des clients transgenres)

- 30.** *Lorsque vous posez des questions sur la violence entre partenaires intimes, il est important d'utiliser des questions qui ont été standardisées. Cela garantit que chaque prestataire ne se fie pas à sa propre interprétation de la violence et qu'un large éventail de violences est exploré.*

Les questions de gauche sont validées pour les femmes cisgenres. Ils sont également utiles pour les populations clés, mais ne traiteront pas les formes uniques de VPI qu'elles peuvent rencontrer.

Envisagez d'ajouter des questions, telles que celles de droite, ou de créer d'autres questions pertinentes, basées sur les caractéristiques du VPI dans votre contexte.

Si quelqu'un dit « non » à toutes les questions sur la violence

- Même si vous pensez qu'une personne est victime de violence, acceptez sa réponse.
- Faites-leur savoir que vous êtes là pour eux s'ils se souviennent d'incidents ou de quoi que ce soit qui se passe dans le futur.
- De nombreuses personnes dans les établissements de santé ne s'attendent pas à des questions sur la violence. Ils peuvent ne pas se préparer à partager ces informations. Cependant, après y avoir réfléchi, ils peuvent être disposés à revenir et à décrire leurs expériences.

- 31.** *Alors, que devez-vous faire si quelqu'un dit non à toutes vos questions ?*

Si quelqu'un dit « oui » au dépistage de la VPI, que faites-vous ?

- Ne les disqualifiez pas des tests index ou ne commencez pas à discuter avec un autre partenaire.
- L'expérience du VPI peut affecter l'observance du traitement, la charge virale et le bien-être général.
- Les divulgations de violence doivent être traitées immédiatement avec un soutien de première ligne.
- Le non-respect de cette consigne peut causer des dommages.

- 32.** *Si quelqu'un dit « oui » au dépistage du VPI, que faites-vous ?*

Il est important de ne pas les disqualifier des tests index ou de commencer à discuter d'un autre partenaire.

Un client qui divulgue le VPI a partagé des informations importantes qui peuvent affecter son observance du traitement, sa charge virale et son bien-être général. Il doit être traité immédiatement.

Les divulgations de violence doivent être traitées avec un soutien de première ligne. Le non-respect de cette consigne peut causer des dommages.

Assistance de première ligne

Table	Évaluation
Écouter (LIVES)	Écoutez attentivement avec empathie et sans jugement
Renseignez-vous sur les besoins et les préoccupations (LIVES)	Assurez de répondre à divers besoins et préoccupations – émotionnels, physiques, sociaux, de sécurité (LIVES)
Vérifier leurs expériences (LIVES)	Montrez que vous croyez et comprenez, assurez à sa victime qu'elle n'est pas à blâmer
Améliorer la sécurité (LIVES)	Discutez d'un plan pour protéger la victime contre d'autres incidents et la violence se reproduire
Soutien (LIVES)	Aidez la victime à se connecter à des services supplémentaires



33. Le soutien de première ligne est également connu sous le nom de premiers secours psychologiques.

Il peut être facilement mémorisé en utilisant l'acronyme LIVES dans des contextes où l'anglais est parlé.

Passez en revue le contenu du tableau.

Vous pouvez voir sur l'image que l'OMS recommande aux agents de santé d'utiliser LIVES lorsque les femmes dénoncent la violence. Il peut également être utilisé avec les membres de la population clé qui sont des hommes ou des transgenres.

Écoutez attentivement avec empathie et sans jugement

Objectif :

Donnez au survivant une chance de partager ses expériences dans un lieu sûr et privé à une personne attentionnée qui souhaite l'aider.

34. Nous allons maintenant passer en revue chacune des compétences décrites dans l'acronyme LIVES.

Le premier est d'écouter sans jugement et avec empathie.

N'oubliez pas qu'il peut être difficile de partager une expérience de violence ; indiquer clairement que vous êtes intéressé et empathique peut encourager un client à s'ouvrir.

Écoute à faire et à ne pas faire

L'auditeur doit	L'auditeur ne doit pas
<ul style="list-style-type: none"> Être patient et calme Faites savoir au client qu'ils écoutent (acquiessez, établissez un contact visuel, etc.) Reconnaitre ce que ressent le client Laisser le client raconter l'histoire à son rythme Encourager le client à partager Donnez au client le temps de réfléchir Restez concentré sur le client Respecter les souhaits du client 	<ul style="list-style-type: none"> Faire pression sur le client Regarder leur montre ou sembler distrait Juger le client Rush le client Supposons qu'ils savent tout Interrompre Terminer les pensées du client Dire au client ses propres problèmes ou ceux de quelqu'un d'autre Penser et agir comme s'ils pouvaient résoudre les problèmes du client

35. Nous avons discuté de l'importance de l'écoute réflexive à la session 10. Cependant, une différence importante entre le counseling de motivation et l'utilisation de l'approche LIVES dans les cas de violence révélée est que vous, en tant que prestataire, n'avez pas d'objectif comportemental pour le client. Votre rôle est simplement d'écouter le client pour comprendre ce qu'il souhaite faire sans tenter de l'orienter vers un choix précis.

Il est également important de se rappeler que le VPI est un problème complexe et personnel et qu'il n'est pas de votre rôle de résoudre les problèmes de votre client. LIVES fournit une plate-forme dans laquelle vous donnez des options au client et faites savoir au client que vous soutiendrez tout choix qu'il fera.

Renseignez-vous sur les besoins et les préoccupations

Objectif :

Apprendre ce qui est le plus important pour le survivant. Respecter leurs souhaits et répondre à leurs besoins.

36. La prochaine compétence consiste à se renseigner sur les besoins / préoccupations.

Le but de cette étape est d'apprendre ce qui est le plus important pour le survivant.

Il est important de respecter leurs souhaits et de répondre à leurs besoins.

Techniques pour s'enquérir des besoins et des préoccupations

Technique	Exemple
Formulez vos questions comme des invitations à parler	De quoi aimeriez-vous parler ?
Posez des questions ouvertes qui encouragent le survivant à parler	Comment le sens tu à propos de ça ?
Réfléchissez ce que la personne dit pour vérifier votre compréhension	Vous avez mentionné que vous vous sentiez très frustré.
Refléter les sentiments exprimés par le survivant	On dirait que vous vous sentez en colère à ce sujet.
Explorez au besoin	Pouvez-vous m'en dire plus à ce sujet ?
Demandez des précisions si vous ne comprenez pas	Pouvez-vous expliquer cela à nouveau, s'il vous plaît ?
Aider le survivant à identifier et à exprimer ses besoins et ses préoccupations	Y a-t-il quelque chose dont vous avez besoin ou qui vous préoccupe ?
Résumez ce que le survivant a exprimé	Vous sentez dire que...

37. Il existe de nombreuses techniques pour vous aider à vous renseigner sur les besoins et les préoccupations.

Demandez aux participants de revoir les options sur la table et d'en choisir quelques-unes qu'ils pensent pouvoir faire.

Au besoin, rappelez-leur que bon nombre de ces compétences sont également utilisées dans le counseling de motivation.

Activité : Renseignez-vous sur les besoins et les préoccupations

Déclaration n° 1 du survivant : « Mon petit ami a menacé de me blesser auparavant ».

Technique : Explorer au besoin

« Pouvez-vous m'en dire plus à ce sujet ? »

38. Essayons de mettre en pratique certaines des techniques.

Supposons que vous soyez avec l'un de vos clients, que vous posiez des questions sur la violence et que le client dise : « Mon petit ami a menacé de me blesser dans le passé ».

Que pourriez-vous dire pour que le survivant fournisse plus d'informations ?

Permettez aux participants de fournir quelques réponses, puis avancez.

Expliquez que cela peut être aussi simple que de dire « Pouvez-vous m'en dire plus à ce sujet ? »

Activité : Renseignez-vous sur les besoins et les préoccupations

Déclaration n° 2 du survivant : « Mon partenaire est très imprévisible. J'essaye de le rendre heureux mais parfois il se met en colère sans raison. Ça empire ces derniers temps ».

Technique : Aider le survivant à identifier et à exprimer ses besoins et ses préoccupations

« Quelle est votre plus grande préoccupation en ce moment ? »

39. Faisons une autre déclaration.

Imaginez qu'on demande à un client index s'il est déjà touché et qu'il répond avec cette déclaration :

« Mon partenaire est très imprévisible. J'essaye de le garder heureux mais parfois il se met en colère sans raison. Ça empire ces derniers temps ».

Essayons d'aider le survivant à identifier et à exprimer ses besoins et ses préoccupations en reflétant ce que vous entendez.

Demandez aux participants de partager quelques idées sur ce que le prestataire pourrait dire, puis avancez pour montrer l'exemple.

Notez que le prestataire essaie de nommer le besoin afin que cela puisse être traité plus tard.

Valider

Objectif :

Faites savoir au survivant que ses sentiments sont communs, qu'il est sûr de les exprimer et que chacun a le droit de vivre sans violence.

40. La lettre suivante est V pour valider.

Le but de la validation est de faire savoir au survivant que ses sentiments sont communs, qu'il est sûr de les exprimer et que chacun a le droit de vivre sans violence.

Valider : Messages à utiliser

- « Merci d'avoir partagé cela avec moi ».
- « C'est bon de parler ».
- « Tu n'es pas seul. Malheureusement, de nombreux autres sont également confrontés à ce problème ».
- « Tout le monde mérite de se sentir en sécurité chez soi ».
- « Je suis là pour vous soutenir et vous expliquer vos options ».
- « Ce n'est pas de votre faute ».
- « Ce qui s'est passé n'a ni justification ni excuse ».
- « Votre vie, votre santé, vous avez de la valeur ».

41. *Ces messages valident le survivant et indiquent clairement qu'il n'est pas à blâmer et que vous le croyez.*

Ils expliquent également que le survivant n'est pas seul.

Vous n'avez pas à utiliser tous ces éléments. Choisissez ceux qui vous semblent les plus naturels.

Notez au moins deux que vous souhaitez utiliser car nous allons faire une activité dans un instant.

Accordez quelques instants aux participants pour noter ceux qu'ils voudront peut-être utiliser.

Activité : Entraînez-vous à répondre

Déclaration du survivant n° 1 : « Mon partenaire menace de dire à ma famille que je suis gay si j'essaie de le quitter ».

Déclaration du survivant n° 2 : « Mon petit ami refuse d'utiliser un préservatif, même si je sais qu'il a d'autres partenaires. Chaque fois que j'essaie d'en parler, il menace de me forcer, moi et mes enfants, à partir ».

Déclaration n° 3 du survivant : « Un client m'a violée et j'ai peur qu'il revienne me faire du mal à nouveau ».

42. *Entraînons-nous à utiliser des déclarations de validation (en utilisant celles que vous avez écrites il y a un instant).*

Lisez chaque déclaration de survivant et demandez aux participants de partager certaines des déclarations de validation qu'ils ont enregistrées.

Il n'y a pas de mauvaises réponses en supposant qu'ils utilisent les énoncés suggérés.

Valider : Messages à éviter

Évitez les déclarations qui

- Blâment le survivant
- Dites tout ce qui juge ce que le survivant a fait ou fera
- Remettre en question l'histoire du survivant (en doutant) ou minimiser le survivant
- Dites tout ce qui minimise ce que ressent le survivant
- Faire une conférence, commander ou conseiller
- Recommandez leur de changer de profession, d'orientation sexuelle ou d'identité de genre pour éviter la violence

Évitez les questions qui suggèrent une faute

- Pourquoi portez-vous des vêtements si révélateurs ?
- Qu'avez-vous fait pour mettre l'agresseur en colère ?
- Si vous avez vraiment peur, pourquoi n'avez-vous pas couru ou crié ?
- Pourquoi choisissez-vous de vous mettre dans des situations à risque ?

43. *Il y a aussi des messages importants, y compris des questions, à éviter.*

Demandez à un volontaire de lire les déclarations dans la colonne de gauche.

Demandez ensuite à un autre volontaire de lire les déclarations sur la droite.

Ces déclarations et questions peuvent donner l'impression, intentionnellement ou accidentellement, que la violence est la faute du survivant. Cela porte préjudice au survivant et permet aux auteurs d'agir en toute impunité.

Améliorez la sécurité

Objectif :

Aidez à évaluer la situation du survivant et à élaborer un plan pour sa sécurité future.

44. *La lettre E dans LIVES signifie renforcer la sécurité.*

Bien que nous ne puissions garantir la sécurité des survivants, nous pouvons essayer de les aider à rester en sécurité.

Renseignez-vous sur la sécurité

Avez-vous des inquiétudes concernant votre sécurité ou celle de vos enfants (le cas échéant) ?

- Si le client est certain qu'il n'y a pas de risque, rappelez-lui qu'il peut prendre des mesures pour accroître sa sécurité et que vous êtes ici pour avoir cette discussion s'il le souhaite.
- Si le client n'est pas sûr ou aimerait avoir de l'aide pour réfléchir au risque, voir la diapositive suivante.
- Si le client s'inquiète pour sa sécurité, passez directement à la planification de la sécurité.

45. *Tout le monde ne se sent pas en sécurité. La première étape consiste à demander à la personne si elle se sent actuellement en sécurité et, le cas échéant, si elle a des inquiétudes au sujet de ses enfants.*

Évaluation du risque

Si une personne ne sait pas si elle est en sécurité avec son partenaire intime, les questions suivantes peuvent aider à déterminer le risque élevé de violence immédiate.

- La violence physique s'est-elle davantage produite ou s'est-elle aggravée au cours des 6 derniers mois ?
- Votre partenaire a-t-il déjà utilisé une arme ou vous a-t-il menacé avec une arme ?
- Votre partenaire a-t-il déjà essayé de vous étrangler ?
- Pensez-vous que votre partenaire pourrait vous tuer ?
- Votre partenaire vous a-t-il déjà battu pendant que vous étiez enceinte ?
- Votre partenaire est-il violemment ou constamment jaloux de vous ?

46. *Comme nous l'avons dit, vous pouvez les aider à évaluer leur risque actuel s'ils ne sont pas sûrs de leur sécurité.*

Si le risque de violence immédiate est élevé

- Si le client répond « oui » à au moins trois de ces questions, il peut courir un risque particulièrement élevé de violence immédiate.
- Vous pouvez dire : « Je suis préoccupé par votre sécurité. Discutons de ce qu'il faut faire pour ne pas être blessé ».
- En fonction des préférences du client, du réseau social et de ce qui est sûr pour cette personne, contacter la police et / ou aider le client à trouver un autre endroit où loger, comme la maison d'un ami ou d'un parent, un refuge ou une église, peut être une option.

47. *S'ils ont répondu « oui » à trois de ces questions ou plus, le risque de violence immédiate peut être particulièrement élevé.*

Planification de la sécurité

- Si le client déclare s'inquiéter pour sa sécurité ou celle de ses enfants, utilisez ces questions pour élaborer un plan de sécurité.
- N'oubliez pas de ne pas dire au client quoi faire; utilisez plutôt des questions pour permettre au client de proposer ses propres solutions.

Plan de sécurité	
Vous et votre partenaire	Si vous devez quitter votre maison à la hâte, où allez-vous aller ?
Plan pour les enfants	Partirez-vous seuls ou accompagnés avec un ami(e) ?
Transport	Comment allez-vous vous rendre ?
Où aller à l'école	Quelle école devez-vous quitter en cas d'urgence, de la maison, de l'école ou d'un autre lieu ? Où allez-vous aller quand vous partez ? Où allez-vous aller quand vous revenez ?
Personne à contacter	Personne à contacter en cas d'urgence dans votre ville ou votre région (police, hôpital, etc.) ?
Personne à appeler	À qui allez-vous appeler en cas d'urgence ?
Supplément dans le voyage	Y a-t-il un endroit où vous pouvez aller pendant le voyage si vous devez quitter votre domicile ?

48. *Lorsqu'une personne ne se sent pas en sécurité ou que vous estimez que son risque est élevé, vous voulez l'aider à élaborer un plan de sécurité.*

Il y a des questions spécifiques à poser pour aider quelqu'un à élaborer un plan de sécurité. Vous n'êtes pas responsable de leur dire comment rester en sécurité, mais vous devez poser des questions qui aident le survivant à réfléchir à ce qu'il peut faire.

Tournez-vous vers un partenaire à votre table (ou adaptez-vous au virtuel) et par paires, décidez qui sera le survivant et qui sera le prestataire. Le prestataire doit ensuite s'exercer, pendant 3 minutes, à poser certaines des questions sur la table de cette diapositive et à aider le survivant à fournir des réponses. Après 3 minutes, changez.

Si le survivant n'a pas de réponse, vous pouvez sauter une question et passer à la suivante.

Accordez aux participants environ 7 minutes pour mener cette activité, puis passez à la diapositive suivante.

Explorer les stratégies de sécurité

- Identifier les abris d'urgence
- Emportez des numéros de téléphone d'urgence
- Contactez les organisations internationales qui pourraient avoir des fonds pour aider à la réinstallation ou à d'autres coûts

Il est important que les prestataires ne disent pas aux survivants comment rester en sécurité. La planification de la sécurité est une conversation au cours de laquelle le prestataire pose des questions pour aider les survivants à déterminer ce qui est le mieux pour eux. Si des stratégies de sécurité spécifiques sont mentionnées, elles doivent être soulevées sous forme de questions.

49. Ces stratégies de sécurité peuvent également être utiles à mentionner.

Cependant, ils ne doivent pas être proposés comme des solutions.

Au lieu de cela, vous pouvez demander à la victime si elle pense qu'il pourrait être utile de porter des numéros de téléphone d'urgence, par exemple.

Les stratégies de sécurité sont encore plus importantes pendant COVID-19

- Pouvez-vous organiser un mot de code avec lequel vous pouvez envoyer un SMS ou appeler quelqu'un qui indique que vous avez besoin d'une aide immédiate ?
- Y a-t-il une pièce ou un endroit dans votre maison où vous avez une certaine intimité (comme une salle de bain où l'eau pourrait couler pour couvrir le son) ?
- Avez-vous un ami chez qui vous pourriez vous mettre à l'abri si la maison n'est pas sûre ?
- Y a-t-il des armes à la maison qui peuvent être retirées (même à court terme) ?
- Y a-t-il des organisations qui fournissent un soutien financier pour les voyages, les services d'urgence ou pour faire le plein de nourriture (cela peut aussi être des informations que le programme peut donner) ?
- Savez-vous où que les lois locales disent sur les déplacements pendant le couvre-feu si des déplacements sont nécessaires pour quitter un foyer violent (cela peut aussi être une information que le programme peut donner) ?

50. Nous savons que la COVID-19 a rendu la planification de la sécurité encore plus importante, en particulier lorsque des personnes sont forcées de se trouver au même endroit qu'un partenaire violent. Voici quelques stratégies qui peuvent être utiles, même si quelqu'un est forcé d'être au même endroit que son agresseur.

Revoir la diapositive.

Les deux derniers points sont également des questions auxquelles l'agent de santé ou le conseiller peut aider la victime à répondre. Si vous connaissez des endroits où obtenir de l'aide pour la nourriture / les voyages ou d'autres services d'urgence, partagez cette information. Vous pouvez également être une source d'informations sur les lois locales concernant les déplacements.

Soutien

Objectif :

Connecter le survivant à d'autres ressources pour ses besoins sanitaires, sociaux et judiciaires / juridiques, car leurs besoins dépassent généralement ce qui peut être fourni dans l'établissement de santé.

Source des données

51. Enfin, le S de l'acronyme LIVES signifie soutien.

Cette étape reconnaît que le fournisseur n'est qu'un point d'entrée dans les services et ne peut pas répondre à tous les besoins du survivant.

Le but de cette étape est de connecter le survivant à d'autres ressources pour ses besoins sanitaires, sociaux et judiciaires / juridiques, car ses besoins dépassent généralement ce qui peut être fourni dans un établissement de santé.

Discussion : Répondre aux besoins de la victime

	Services (potentiellement) nécessaires	LA ou disponible	Donné
Services de santé physiques et mentale	<ul style="list-style-type: none"> • Traitement d'urgence des blessures • Diagnostic / prophylaxie / soins du VIH et des IST • Centres d'urgence • Kits de test / examen médico-légal • Vaccins pertinents • Dépistage / traitement de la santé mentale pour la dépression et le trouble de stress post-traumatique 		
Services sociaux	<ul style="list-style-type: none"> • Soutien psychosocial (groupes de soutien, conseil de crise) • Sécurisation / remplacement des documents d'identité • Refuge • Aide financière • Carte d'enfant • Interprètes 		
Services juridiques / judiciaires	<ul style="list-style-type: none"> • Informations sur leurs droits • Informations sur les procédures répressives • Soutien des forces de l'ordre • Conseiller juridique • Capacité à faire une déclaration / documenter le cas • Capacité à demander réparation en cas d'arrestation à tort • Accès aux ARV même pendant l'incarcération 		

52. Avant de continuer, parlons de ce à quoi vous pouvez associer un survivant. Votre établissement doit avoir un répertoire de services qui répertorie les informations sur les services disponibles pour les victimes de violence.

Si la formation se fait en personne, remplissez ce tableau en petits groupes ou présentez un annuaire de services déjà préparé.

Processus de référence dans la province / le district X

[L'équipe de pays doit ajouter des informations sur le processus d'orientation vers les services post-violence, le cas échéant].

SERVICES DE SANTÉ	SERVICES SOCIAUX	JUSTICE / SERVICES JURIDIQUES
(Nom de l'organisation / Etablissement) Adresse Lieu Point focal Téléphone Email Services disponibles Population servies	(Nom de l'organisation / Etablissement) Adresse Lieu Point focal Téléphone Email Services disponibles Population servies	(Nom de l'organisation / Etablissement) Adresse Lieu Point focal Téléphone Email Services disponibles Population servies

53. Voici les informations que vous devriez mettre à disposition sur chaque service de réponse à la violence auquel vous pouvez référer une personne. En tant que prestataire, vous voulez savoir que vous envoyez votre client à un endroit qui le soutiendra et qui sera ouvert. Il existe de nombreuses histoires d'horreur sur des victimes de violence qui chercheront de l'aide mais ne trouveront personne. C'est aussi le cas où une victime peut se rendre dans un service uniquement pour se faire dire qu'elle ne fait pas partie de la population à laquelle le service est destiné. Nous pouvons imaginer que cela arrive à une femme transgenre cherchant un refuge dans un refuge pour femmes. Assurez-vous de savoir qui le service est prêt à servir de manière non stigmatisante avant d'envoyer quelqu'un là-bas.

Si vous disposez d'un annuaire de services, présentez-le ici. Si toutes ces informations ne font pas partie de ce répertoire, discutez avec les agents de santé de la façon dont vous allez adapter / réviser le répertoire.

Une note sur les services cliniques immédiats

- La PEP peut prévenir l'infection par le VIH.
 - Si une personne peut avoir été exposée au VIH (par exemple, par un viol), elle doit commencer la PPE dans les 72 heures.
- La contraception d'urgence empêche l'ovulation pour éviter une grossesse non planifiée.
 - Si une femme est à risque pour une grossesse non planifiée (par exemple, en raison d'un viol), elle peut prendre la CE dans les 72/120 heures (selon les directives locales).

[L'équipe de pays doit inclure des informations sur la procédure locale d'accès à la PPE et à la contraception d'urgence].

54. Si la victime a subi des violences sexuelles, n'oubliez pas qu'il existe des services qui sont immédiatement nécessaires.

Fournir des informations et renvoyer vers les ressources disponibles

- Lorsque vous fournissez des informations et faites des références :
- Offrez des informations imprimées (n'oubliez pas d'offrir un avertissement au cas où des documents pourraient être portés à l'attention d'un agresseur)
 - Connaître des informations spécifiques sur les points de référence
 - Demandez au survivant s'il souhaite un accompagnement vers des ressources ou pour que vous appeliez à l'avance (référence active) ; si oui, prenez des dispositions
 - Ne faites pas pression sur le survivant pour qu'il accepte une recommandation ou pour donner des détails sur un incident
 - Offrez-vous comme ressource si le survivant veut des références à l'avenir

55. Il existe des moyens de renvoyer qui rendent plus probable que quelqu'un achèvera effectivement la référence.

Lorsque vous fournissez des informations et faites des références, il est important de :

- Offrez des informations imprimées (n'oubliez pas de donner un avertissement au cas où des documents pourraient être portés à l'attention d'un agresseur)
- Connaître des informations spécifiques sur les points de référence
- Demandez au survivant s'il souhaite un accompagnement vers des ressources ou pour que vous appeliez à l'avance (également appelé référence active) ; si oui, prenez des dispositions
- Ne faites pas pression sur la victime pour qu'elle accepte une référence ou pour donner des détails sur un incident
- Offrez-vous comme ressource pour accéder à d'autres services

Identifier les forces et les réseaux existants

- Aider les survivants à identifier et à utiliser leurs forces existantes :
 - « Qu'est-ce qui vous a aidé à faire face aux moments difficiles du passé » ?
 - « Quelles activités vous aident lorsque vous vous sentez anxieux » ?
 - « Comment ce qui a aidé dans le passé pourrait-il être utile maintenant » ?
- Aidez les survivants à explorer les réseaux de soutien existants :
 - « Lorsque vous ne vous sentez pas bien, avec qui aimez-vous être » ?
 - « Qui vous a aidé dans le passé ? Pourraient-ils être utiles maintenant » ?
 - « Y a-t-il des personnes en qui vous avez confiance à qui vous pouvez parler » ?

56. Dans le cadre de l'orientation, aidez les survivants à identifier leurs propres forces et réseaux. Cela peut également être fait via des questions.

Pour aider les survivants à identifier et à utiliser leurs forces existantes, vous pouvez poser des questions comme :

- « Qu'est-ce qui vous a aidé à faire face aux moments difficiles du passé » ?
- « Quelles activités vous aident lorsque vous vous sentez anxieux » ?
- « Comment ce qui a aidé dans le passé pourrait-il être utile maintenant » ?

Pour aider les survivants à explorer les réseaux de soutien existants, vous pouvez poser des questions telles que :

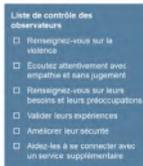
- « Lorsque vous ne vous sentez pas bien, avec qui aimez-vous être » ?
- « Qui vous a aidé dans le passé ? Pourraient-ils être utiles maintenant » ?
- « Y a-t-il des personnes en qui vous avez confiance à qui vous pouvez parler » ?

N'oubliez pas que ce n'est pas votre place de « sauver » la personne. Vous aidez à redonner le contrôle au survivant en lui donnant des options et en lui faisant savoir que vous le soutiendrez dans sa prise de décision.

Il est également vrai qu'une personne peut ne pas être prête à demander de l'aide au-delà de vous parler. C'est OK et le survivant saura qu'il peut revenir vers vous pour obtenir des informations ou se connecter aux services si nécessaire.

Activité : Entraînez-vous à réagir à la violence

- En groupes de trois, pivotez pour que chaque personne soit un survivant, un travailleur de la santé et un observateur.
- Au cours de l'interaction, l'agent de santé utilisera ses compétences pour poser des questions sur la VPI et fournir une réponse de première ligne, y compris en effectuant des références à la demande de la victime.
- Une fois chaque interaction terminée, l'observateur fournit ses commentaires sur les compétences de la liste de contrôle qui ont été utilisées, ce qui s'est bien passé et ce qui pourrait être amélioré.



57. Maintenant, mettons tout cela ensemble.

Passez en revue les instructions sur la diapositive et distribuez des versions imprimées des études de cas pour cette session.

Donnez 8 minutes par étude de cas (25 minutes au total pour l'activité).

Scénario 1 : Une mère de 28 ans, mère de trois enfants, dit que son mari la bat chaque fois qu'il a bu.

Scénario 2 : Un homosexuel de 22 ans dit que son petit ami ne le laissera pas rendre visite à ses parents ou amis et contrôle à qui il peut parler au téléphone. Lorsque le client demande à son petit ami de porter un préservatif, le petit

ami devient verbalement violent et appelle le client des noms dangereux.

Scénario 3 : Une femme transgenre de 18 ans vit avec un homme plus âgé. Récemment, il a commencé à la forcer à avoir des relations sexuelles avec ses amis, qui paient l'homme plus âgé. Le vieil homme lui dit que c'est pour payer ses frais de subsistance.

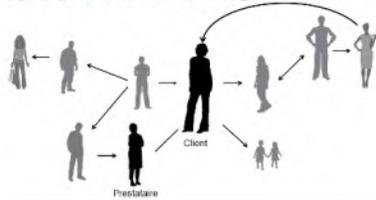
Activité : Entraînez-vous à réagir à la violence et à la documenter (compte rendu)

- Comment chacun de ces éléments s'est-il passé? En a-t-on manqué ?
 - Renseignez-vous sur la violence
 - Écoutez attentivement avec empathie et sans jugement
 - Renseignez-vous sur leurs besoins et leurs préoccupations
 - Validez leurs expériences
 - Améliorez leur sécurité
 - Aidez-les à se connecter avec un service supplémentaire
- Ce qui a bien fonctionné ?
- Quels domaines doivent être améliorés ?

58. REMARQUE : Utilisez les questions de cette diapositive pour faire un compte rendu de l'activité menée dans la diapositive précédente.

Une fois le débriefing terminé, passez à une discussion de révision sur ce qui a été couvert pendant la journée et sur toute autre affaire avant la clôture de la journée.

Cycle potentiel des dommages



59. REMARQUE : Utilisez l'animation de cette diapositive pour aider les participants à comprendre comment les clients indexés, leurs partenaires et enfants, et les personnes associées, y compris le prestataire, peuvent potentiellement subir des préjudices associés à la divulgation - en particulier la divulgation qui n'est pas mise en œuvre selon les principes fondamentaux et les normes minimales.

Il est également important de souligner que tout le monde peut subir des préjudices résultant des tests index. Il y a eu des cas documentés où les contacts qui ont été référés par un client ont été victimes de violence après avoir été contactés par un prestataire. Nous devons donc faire particulièrement attention au respect des principes fondamentaux et des normes minimales, et nous assurer que nous disposons de toutes les ressources disponibles pour réagir en cas de problème.

Dans cette diapositive animée, vous pouvez voir comment les clients index, leurs partenaires et enfants, et les personnes associées, y compris le prestataire, peuvent potentiellement subir des préjudices associés à la divulgation - en particulier une divulgation qui n'est pas mise en œuvre selon les principes fondamentaux et les normes minimales. Le respect des normes et des principes fondamentaux peut aider à minimiser ces préjudices.



60. Récapitulation de Jour 2 avec résumés des participants et examen du contenu de Jour 3.

FIN DE JOUR 2

JOUR 3

Bienvenue et bilan de Jour 2

Durée 5 à 15 minutes

Matériels :

- Quiz bonbon (Formation PowerPoint Jour 3, Diapositive 2)
- Récompenses bonbon

Objectifs : À la fin de cette session, les participants auront :

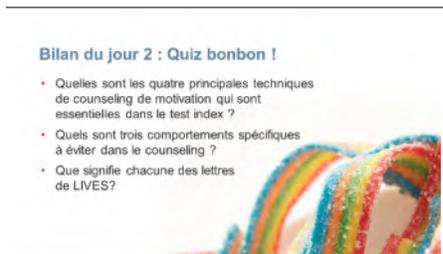
- A eu l'occasion de répondre à des questions sur les principaux problèmes et éléments discutés au jour 2 (récompense bonbons fournis pour des réponses précises)



1. Projetez la diapositive de titre de la présentation de **Jour 3**.

Accueillez les participants et remerciez-les d'être venus au Jour 3 de la formation. Demandez-leur s'ils sont à l'aise avec la température de la pièce avant de commencer.

Comme vous animerez un court quiz dans la diapositive suivante, vous pouvez attendre la fin du quiz pour leur demander s'ils ont des questions avant de commencer les sessions de Jour 3.



2. *Tout le monde est-il prêt pour un quiz bonbon ?*

Avancez un par un et récompensez les personnes qui répondent correctement.

Lorsque le groupe est prêt, passez à la session suivante.

Session 12. Messagerie

Durée : 60 minutes

Matériels :

- Formation PowerPoint—Jour 3 (avec les adaptations indiquées dans le fichier PowerPoint)
- Facultatif : imprimés des matrices de messagerie existantes (le cas échéant)
- Flipchart et marqueurs

Objectifs : À la fin de cette session, les participants auront :

- Examiné les messages existants et révisé ou développé de nouveaux messages pour introduire des approches de test index adaptées aux clients de la population clé.



3. *Au cours de cette session, nous passerons un certain temps à adapter les messages appropriés pour les tests index au contexte [PAYS].*

Activité : Développement / adaptation de messages appropriés

- Répartissez-vous en petits groupes (5 à 8)
- En travaillant avec les matrices de messages existantes, y compris celles développées à la session 6, adapter / réviser / développer les messages clés et les points de discussion à utiliser pour les sessions de counseling en personne et en ligne pour le test index et la référence au réseau de risque



4. **REMARQUE :** Il sera utile de disposer d'un ensemble de messages (par exemple, une matrice de messages) avant de mener cette session. Vous trouverez des messages dans les SOP pour la sensibilisation, le dépistage et / ou le counseling, ou disponibles dans le cadre des directives nationales locales. En l'absence d'une source officielle de messages, il peut toujours être utile de fournir des exemples de messages d'un autre pays avec un contexte similaire.

Demandez aux participants de se diviser en petits groupes d'environ 5 à 8 personnes chacun.

Expliquez aux participants qu'en utilisant les matrices de messages existantes ou un exemple de message provenant d'un contexte de pays similaire (collé dans la diapositive suivante), ils auront environ 45 minutes pour développer des messages clés qui correspondent au contexte du pays dans la prestation de services de tests index.

Vous pouvez concevoir cette session en fonction de la nécessité du programme et répartir la responsabilité entre les participants de remplir différents messages le long de l'organigramme des tests index.

Par exemple, vous pouvez vous concentrer spécifiquement sur le développement de messages / scripts pour :

- La présentation des quatre options de test index lors d'une séance de counseling pour une personne récemment diagnostiquée
- Offrir des options de référence au réseau de risque pour les contacts ou les personnes que le client connaît
- Répondre aux préoccupations communes que les clients sont susceptibles de soulever au cours des sessions

Il peut être utile de réfléchir à ces éléments avant la formation avec des représentants du programme / du secteur de la

santé / des partenaires communautaires pour s'assurer que le temps est utilisé efficacement.

Assurez-vous de sauvegarder ce que les groupes produisent (cela peut être plus rapide s'ils rédigent directement dans les ordinateurs portables). Leurs contributions peuvent être utilisées plus tard pour concevoir des SOP et des outils de travail.

Prévoyez 50 minutes pour l'exercice et 10 minutes pour rapporter les défis ou les résultats intéressants.

INSÉRER LES DIAPOSITIVES DE MESSAGERIE ICI

- Le cas échéant, en fonction du contexte local
- À utiliser pour renforcer le travail de groupe si nécessaire



5. Suivez les instructions sur la diapositive.

Session 13. La pratique rend parfait

Durée : 120 minutes

Matériels :

- Formation PowerPoint - Jour 3 (avec les adaptations indiquées dans le fichier PowerPoint)
- Flipchart et marqueurs

Objectifs : À la fin de cette session, les participants auront :

- Pratiqué en utilisant les compétences qu'ils ont acquises / examinées dans des jeux de rôle basés sur des scénarios réalistes.



6. *Cette session est peut-être l'une des sessions les plus importantes que nous organiserons dans cette formation. Bien que nous ayons eu de nombreux exercices qui vous ont donné l'occasion de jouer différents rôles, les activités et les jeux de rôle de ce matin vous donneront l'occasion de combiner toutes les compétences que vous avez acquises jusqu'à présent. Ce ne devrait en aucun cas être la dernière fois que vous pratiquez ces compétences dans un environnement sûr. Il est important de rafraîchir ces compétences régulièrement avec le soutien de votre superviseur et de vos pairs qui ont défendu les compétences. La pratique rend parfait.*

REMARQUE : Cette session comprend environ 105 minutes d'exercices et de questions-réponses. Le temps total alloué à la session est de 120 minutes. Cela permet de prévoir quelques minutes de temps supplémentaire pour chaque exercice si nécessaire. Bien qu'il ne soit pas essentiel de passer à travers chaque scénario, il est important d'observer et de fournir un soutien tout au long en se promenant dans la pièce, en écoutant et en évaluant dans quelle mesure le matériel de la formation a été adopté. Comme il s'agit de nouveau matériel, certains participants peuvent se rabattre sur d'anciennes habitudes qui ne correspondent pas aux nouvelles approches recommandées.

Activité : Répondre aux préoccupations des clients et à la désinformation

- Répartissez-vous en groupes de 3 à 4
- Réfléchissez aux questions, préoccupations et mythes probables que vos clients pourraient soulever dans le contexte des tests index et de la notification des partenaires
- Pour chaque question, préoccupation ou mythe majeur, développez une réponse potentielle
- 10 minutes pour réfléchir
- Rapport de 5 minutes



7. *Demandez aux participants de se diviser en groupes de 3 à 4 (ils pourront peut-être rester avec les mêmes groupes à leur table si la taille est correcte).*

Demandez-leur de réfléchir aux questions, préoccupations et mythes probables que leurs clients pourraient soulever dans le contexte des tests index et de la notification des partenaires.

Pour chaque question, préoccupation ou mythe majeur, ils doivent développer une réponse potentielle.

Accordez-leur 10 minutes pour réfléchir, puis accordez 5 minutes au total aux volontaires pour faire rapport sur leurs observations de la session.

Description

Instructions : Regardez la démonstration suivante d'une session de sollicitation de partenaires. Veuillez noter ce que le prestataire index a bien fait et ce qu'il pourrait améliorer.

Étude de cas

Ghielaine est une TS de 34 ans qui a récemment été diagnostiquée séropositive. Son bébé a maintenant 14 mois et elle a un enfant plus âgé de 6 ans. Elle vit avec son partenaire masculin, Van, depuis 12 ans.



8. **REMARQUE** : Les facilitateurs doivent préparer cette démonstration à l'avance. S'il n'y a qu'un seul facilitateur, alors vous pouvez choisir un membre participant à l'avance pour passer en revue le scénario et convenir des rôles et de la manière dont il se déroulera. Le but est de permettre aux participants de voir un exemple de comportements qui sont encouragés dans les tests index et de comportements à éviter. Les facilitateurs / bénévoles doivent s'entendre sur ce qui sera des exemples de messages / comportements appropriés, et sur ce qui est incompatible avec les approches recommandées.

Prenez environ 8 à 10 minutes pour diriger le jeu de rôle, puis laissez quelques minutes aux participants pour faire des commentaires et des observations (5 minutes).

Scénario A : introduction des tests index

Travail de groupe
Tournez-vous vers quelqu'un à côté de vous et décidez qui sera le prestataire / conseiller et qui sera le client.

Étude de cas
Vous êtes un prestataire de dépistage du VIH travaillant dans une clinique de counseling et de dépistage volontaire. Lang est une femme transgenre de 21 ans qui est venue vous voir pour un dépistage du VIH. Elle veut connaître son statut car elle a vu une célèbre influenceuse transgenre sur Facebook parler de l'importance de connaître son statut VIH. Elle a eu des petits amis dans le passé et a utilisé des préservatifs avec certains d'entre eux.

Avant de commencer le test de dépistage du VIH, présentez le test index et les services partenaires à Lang.



9. Demandez à un volontaire de lire les instructions et l'étude de cas.

Accordez aux paires 10 minutes pour diriger le jeu de rôle.

Demandez aux groupes comment cela s'est passé et s'ils ont des questions (5 minutes).

Fournissez les réponses appropriées et passez à la diapositive suivante.

Scénario B : obtenir les coordonnées du partenaire

Travail de groupe
Divisez-vous en groupes de 3. Une personne sert de client, l'autre de conseiller / prestataire et la troisième d'observateur.

Étude de cas
Fab est un homme de 40 ans qui a des relations sexuelles avec des hommes qui ont récemment été testés séropositifs. Il a plusieurs partenaires et se rend parfois dans un salon de massage et engage un travailleur du sexe à la fin du mois lorsqu'il a un peu d'argent supplémentaire.

Vous devez vous assurer que Fab comprend l'importance de la notification des partenaires et obtenir les noms de ses partenaires.



10. Demandez aux groupes de se diviser en trios. Expliquez qu'une personne servira de client, une autre de conseiller / prestataire et la troisième d'observateur.

Demandez à un volontaire de lire l'étude de cas.

Accordez 10 minutes aux trios pour diriger le jeu de rôle.

Demandez aux groupes comment cela s'est passé et s'ils ont des questions (5 minutes).

Fournissez les réponses appropriées et passez à la diapositive suivante.

Scénario C : aider un client à se référer

Travail de groupe
Restez dans vos groupes de trois. Changez de rôle (la nouvelle personne sert de client, une autre le conseiller / prestataire et la troisième un observateur).

Étude de cas
Vous conseillez une travailleuse du sexe qui a récemment été testée positive. Elle indique qu'elle utilise des préservatifs avec ses clients, mais qu'elle a deux partenaires principaux avec lesquels elle n'utilise pas de préservatifs. Elle est prête à vous parler de la notification d'un partenaire mais ne veut pas tout parler de l'autre parce qu'il pourrait la battre.

Que feriez-vous dans cette situation ? Quels messages donneriez-vous à ce client ?



11. Demandez aux groupes de rester dans leurs trios et de faire la rotation des rôles (une nouvelle personne sert de client, une autre de conseiller / prestataire et la troisième d'observateur).

Demandez à un volontaire de lire l'étude de cas.

Accordez 10 minutes aux trios pour diriger le jeu de rôle.

Demandez aux groupes comment cela s'est passé et s'ils ont des questions (5 minutes).

Fournissez les réponses appropriées et passez à la diapositive suivante.

Scénario D : aider un client à se référer

Travail de groupe
Restez dans vos groupes de trois. Changez de rôle (la nouvelle personne sert de client, une autre le conseiller / prestataire et la troisième un observateur).

Étude de cas
Vadi est un homme marié de 24 ans avec une fille de 2 ans. Il est un consommateur de drogues injectables. Normalement, il utilise du matériel propre, mais à quelques reprises, il s'est injecté avec une vieille petite amie. Il a été testé séropositif, et maintenant il doit amener sa femme et son enfant pour le test, mais il ne sait pas comment aborder ce sujet avec sa femme.



12. Demandez aux groupes de rester dans leurs trios et de faire une rotation des rôles (une nouvelle personne sert de client, une autre de conseiller / prestataire et la troisième d'observateur).

Demandez à un volontaire de lire l'étude de cas.

Accordez 10 minutes aux trios pour diriger le jeu de rôle.

Demandez aux groupes comment cela s'est passé et s'ils ont des questions (5 minutes).

Fournissez les réponses appropriées et passez à la diapositive suivante.

Scénario E : tests ciblés

Travail de groupe

Restez dans vos groupes de trois. Changer de rôle (la nouvelle personne sert de client, une autre le conseiller / prestataire et la troisième un observateur).

Étude de cas

Lana est travailleuse du sexe vivant avec le VIH. Elle a un partenaire / petit ami stable qui est parfois physiquement violent, un client préféré avec qui elle n'utilise jamais de préservatifs, et d'autres partenaires occasionnels avec lesquels elle utilise parfois des préservatifs. Elle ne connaît pas leurs noms et numéros de téléphone.



13. Demandez aux groupes de rester dans leurs trios et de faire une rotation des rôles (une nouvelle personne sert de client, une autre de conseiller / prestataire et la troisième d'observateur).

Demandez à un volontaire de lire l'étude de cas.

Accordez 10 minutes aux trios pour diriger le jeu de rôle.

Demandez aux groupes comment cela s'est passé et s'ils ont des questions (5 minutes).

Fournissez les réponses appropriées et passez à la diapositive suivante.

Session 14. Assurance de la qualité, suivi et notification des événements indésirables, et suivi et évaluation des efforts de test index

Durée : 30 minutes

Matériels :

- Formation PowerPoint - Jour 3 (avec les adaptations indiquées dans le fichier PowerPoint)
- Flipchart et marqueurs

Objectifs : À la fin de cette session, les participants auront :

- Une compréhension de base des normes de surveillance et de notification pour les tests index, et comment les données peuvent être caractérisées pour évaluer dans quelle mesure les approches de test index contribuent à la recherche de cas



14. Au cours de cette session, nous aborderons brièvement quelques-unes des façons importantes dont nous allons mesurer le degré de contribution des tests index aux efforts globaux de recherche de cas. Nous examinerons également comment le programme signalera la prestation de services de test index au PEPFAR.

5. Assurance qualité et responsabilité

Résumé des contributions à l'assurance qualité et à la responsabilité

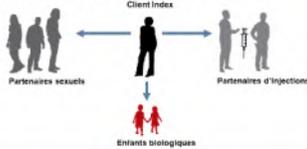
- Indicateurs PEPFAR MER
- Liste de contrôle des normes minimales pour les prestataires et les sites
- Outils de supervision de support pour les tests index
- SIMS (avec CEE spécifiques aux tests index)
- Mécanisme de suivi et de rétroaction mené par la communauté (LINK ; Community Scorecard)
- Outils de suivi et de notification des événements indésirables
 - Formulaire de divulgation d'abus de bénéficiaire et de prestation de services
 - Formulaire de réclamation client (par exemple, LINK le cas échéant)
 - Journal des incidents de sécurité

15. Un suivi et une amélioration continues de la qualité sont essentiels pour garantir que les efforts de test index contribuent à atteindre les objectifs et à lutter contre l'épidémie. Ils sont également essentiels pour s'assurer que les équipes recherchent efficacement la violence potentielle et d'autres risques, signalent les cas de violence ou d'événements indésirables et assurent un suivi approprié. Comme nous le verrons plus tard dans cette session, le suivi comprend les efforts menés par les partenaires de mise en

œuvre et les sites, ainsi que les représentants de la communauté et les clients eux-mêmes.

Cette diapositive répertorie les entrées et les outils qui peuvent et doivent être utilisés avec un programme de test index pris en charge par PEPFAR.

Indicateur PEPFAR pour le reporting : HTS_INDEX
 Nombre de personnes qui ont été identifiées et testées à l'aide des services de test d'index et ont reçu leurs résultats



16. Qui « compte » comme partenaire index ?

Un partenaire index est toute personne référée via une modalité de test index qui est :

- Partenaire (s) sexuel (s) actuel (s) ou passé (s), enfants / parents biologiques (si le cas index est un enfant), ou toute personne avec qui une aiguille a été partagée.
- Enfant biologique d'une mère séropositive. Les enfants des clients index de sexe **masculin** (pères) doivent être inclus lorsque la mère biologique est séropositive, décédée ou que son statut VIH n'est pas connu ou n'est pas documenté.

Si le client index est un enfant, sa mère doit être testée ; si la mère est séropositive ou décédée, le père et tous les partenaires sexuels connus doivent être testés.

Qui n'est pas un partenaire index ?

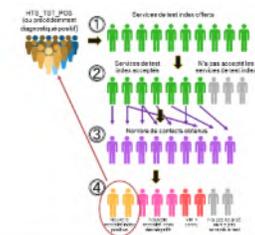
- Toute personne qui teste dans le programme qui n'a pas été référée ou contactée en utilisant l'une des modalités de test index :
 - Les personnes au sein d'un réseau social qui testent lors d'un événement de test mobile ou via des tests communautaires (MOBILE)
 - Les personnes référées et / ou qui testent dans un centre d'accueil (VCT)



17. N'oubliez pas que nous avons également discuté de diverses façons dont les clients index (et d'autres bénéficiaires) peuvent référer des personnes pour des services. Celles-ci comprenaient la référence au réseau de risque et la référence ciblée.

Bien que ces approches soient des compléments essentiels des tests index et devraient être proposées dans le cadre de notre menu d'options, lorsqu'une personne teste dans notre programme qui n'a pas été référée via une option de notification de partenaire de test index, nous ne pouvons pas les compter comme cas index.

Ils comptent toujours comme HTS_TST lorsqu'ils testent.



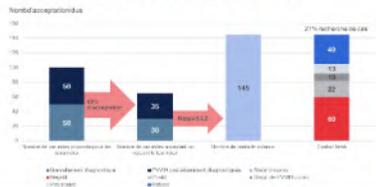
18. Ce graphique aide à clarifier la manière dont les individus sont classés dans un programme de test index.

Nous commençons par une cohorte de PVVIH déjà diagnostiqués. Tous bénéficient de services de test index (1). Parmi eux, certains accepteront, d'autres non (2). Nous espérons que la majorité acceptera, sur la base de l'utilisation d'approches de counseling de motivation et en l'absence de menace de violence.

De ceux qui acceptent, on s'attend à voir une cohorte d'individus venir pour le test (les contacts fournis par le cas index) (3).

Parmi ceux-ci, certains accepteront de tester, d'autres non (4). Parmi ceux qui testent, certains seront positifs et peuvent se voir offrir des services de test index. Parmi ceux qui sont négatifs, nous pouvons toujours proposer une référence au réseau de risque et des options de référence ciblées.

Exemple : Une cascade de tests index



19. Voici un exemple de cascade de tests index qui nous aide à analyser les performances des tests index.

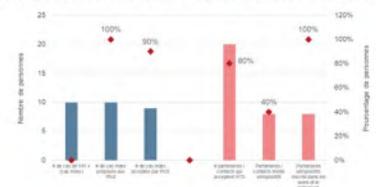
La première barre représente le nombre total de clients index à qui le service a été offert. Dans ce cas, 100 personnes. Il désagrège les clients index nouvellement diagnostiqués (50) et les PVVIH déjà diagnostiqués et sous traitement TX_CURR et ceux vivant avec le VIH mais non sous traitement, (50).

La deuxième barre montre le nombre de clients qui ont accepté le service (dans ce cas, 65 sur 100, soit 65%).

La troisième barre indique le nombre de contacts fournis par les clients index ; 145, soit environ 2,2 contacts par client index.

La dernière barre montre les résultats des références de contact, elle comprend 40 personnes qui ont refusé le dépistage du VIH, 13 qui n'ont pas été trouvées, 10 qui étaient des PVVIH connues, 22 qui ont accepté de se faire tester et qui ont reçu un diagnostic de VIH (27% de dépistage de cas) et 60 qui ont accepté de tester mais qui ont été négatifs.

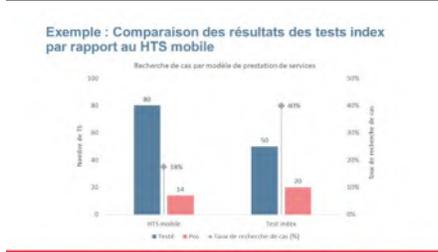
Exemple : Cascade de test index pour une revue trimestrielle



20. Ce graphique montre un exemple de la façon dont un programme peut afficher des données pour un examen trimestriel afin de voir dans quelle mesure le programme est efficace pour aider les clients à accepter les tests index (représentés ici comme PNS - services de notification des partenaires), et la recherche de cas et le couplage tarifs pour les contacts des clients index.

Comme vous pouvez le voir sur la gauche en bleu, 100% de tous les cas se sont vu proposer un test d'indexation et 90% ont été acceptés. C'est plutôt bien, même si nous visons toujours 100%.

À droite, les personnes référées par le biais de tests index par les clients de gauche. 80% des personnes contactées ont accepté le test index, parmi lesquelles 40% ont été diagnostiquées comme vivant avec le VIH, et 100% d'entre elles étaient liées au traitement. Ceci est un exemple d'une intervention de test index réussie. Nous constatons également des taux d'acceptation élevés et des taux élevés de recherche de cas et de couplage.



21. Dans ce graphique, nous pouvons voir comment un programme pourrait comparer deux modalités différentes de recherche de cas.

Sur la gauche, vous voyez les données pour le HTS mobile. Alors que l'approche a atteint 80 personnes au cours de la période et a atteint un rendement de 18%, les approches de test index ont abouti à moins de personnes testées mais ont abouti à un rendement plus élevé et encore plus de cas.

Ce graphique n'a pas pour but de suggérer que nous devrions mettre toutes nos ressources dans des tests d'index. En fait, les approches communautaires pour atteindre et recruter ont encore trouvé 14 cas dans cet exemple. Mais cela devrait vous aider à vous convaincre que la mise en œuvre des deux approches augmentera efficacement nos chances de contrôle de l'épidémie.

Si les ressources sont très limitées, une concentration accrue sur les tests index et la réduction du nombre d'événements de sensibilisation mobile peuvent réduire les coûts et continuer à aboutir à des taux de recherche de cas comparables aux objectifs locaux ou nationaux.

Qu'est-ce qu'un événement indésirable ?

Un incident qui cause un préjudice aux clients, partenaires, aux enfants, aux partenaires, ou à toute autre personne en raison de sa participation à des services de test index.

Les événements indésirables (E) comprennent :

1. Menaces de violence physique, sexual ou émotionnelle pour le client index, son (ses) partenaire (s) ou les membres de sa famille, ou le prestataire de test index.
2. Occurrence de préjudice physique, mental ou émotionnel au client index, à son (ses) partenaire (s) ou à tout autre membre de sa famille, ou au prestataire de test index.
3. Menaces ou acte de violence de préjudice économique (par exemple, perte d'emploi ou de revenus) pour le client index, son (ses) partenaire (s) ou les membres de sa famille.
4. Menaces ou préjudice matériel d'importance de nature de l'absence de travail.
5. Perte de traitement anti-VIH ou d'autres services.
6. Oubliation forcée ou non autorisée du nom ou des coordonnées du client ou du contact.
7. Non obtention du consentement ou la participation aux tests d'index et/ou pour la notification des partenaires.
8. Dégradation ou contamination de données de site de santé (p. ex., partage d'informations personnelles avec le système de justice pénale ou les PVU / PVV) (recherchant des autres).

22. **REMARQUE :** Le terme événement indésirable peut prêter à confusion pour certaines personnes, surtout s'il est traduit dans une autre langue. S'il est important que les programmes comprennent la langue utilisée globalement, il peut être utile de s'entendre sur un terme local pour « événements indésirables » que tous les participants peuvent comprendre et qui peut être utilisé tout au long de cette formation et au-delà.

Nous avons précédemment introduit le concept d'événements indésirables à la session 5. Quelqu'un peut-il rappeler au groupe ce qu'est un événement indésirable ?

Accordez quelques instants aux participants pour répondre.

4.
Suivi et
notification
des
événements
indésirables

Suivi du consentement et des événements indésirables (EI)

- Tous les sites doivent disposer / utiliser des outils pour documenter et suivre l'obtention du consentement et la fréquence des EI (y compris le VPI) et surveiller activement :
 - Raisons du refus des services de test index
 - Prévalence de la VPI et d'autres EI (par exemple, violations de la confidentialité, stigmatisation, tactiques coercitives, etc.)
- Examiner chaque EI signalé et élaborer un plan de suivi
- Outils disponibles pour l'adaptation !

Il est important que les prestataires soient conscients du potentiel d'événements indésirables, des types d'événements indésirables et de la manière d'y réagir.

Les événements indésirables comprennent les menaces ou les événements de préjudice, y compris physique, sexuel ou économique. Ceux-ci peuvent concerner le client index, ses partenaires, les membres de sa famille et / ou ses enfants, un prestataire ou toute autre personne.

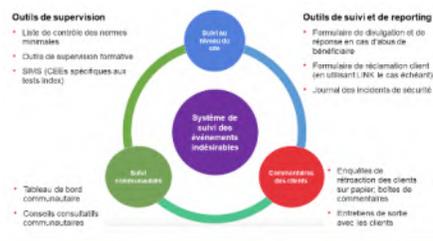
Il y a aussi des événements indésirables qui peuvent ne pas sembler des préjudices évidents, mais qui pourraient avoir des conséquences graves. Il s'agit notamment du refus de traitement ou d'autres services, qui peuvent mettre la vie en danger ou causer un préjudice, et la divulgation forcée ou non autorisée de noms ou d'informations personnelles (comme indiqué sur la diapositive précédente).

23. Pourquoi pourrait-il être important de surveiller la prestation du consentement du client et les événements indésirables ?

Laissez quelques instants aux participants pour répondre et utilisez les points de la diapositive pour remplir les réponses qui n'auraient pas été suggérées.

Il est important que tous les sites disposent d'une méthode pour obtenir le consentement et documenter qui parmi ses clients a donné son consentement. Comme indiqué précédemment, les clients peuvent fournir un consentement oral ou écrit, selon les directives nationales. Dans tous les cas, il incombera au prestataire de documenter si le client a donné son consentement et aux responsables du site de vérifier si le consentement a été obtenu à la fois pour répertorier les clients et pour les méthodes choisies pour la notification.

Les sites devront également documenter les raisons du refus des services de test index, les événements et la prévalence des événements indésirables. Pour chaque événement indésirable signalé, les sites devront enquêter et élaborer un plan de suivi. Ce module de formation fournit toutes les ressources nécessaires pour le suivi et les conseils pour la réponse.



24. Regardez le graphique de cette diapositive. Que pourrions-nous vouloir dire en incluant le suivi communautaire et les commentaires des clients dans le cadre d'un système de suivi des événements indésirables ? Quelle est la différence entre le suivi communautaire et les commentaires des clients ? Ne sont-ils pas la même chose ?

Accordez quelques instants aux participants pour répondre.

Un système de suivi des événements indésirables s'étend au-delà du seul site. Au niveau du site, il est important d'utiliser des outils standardisés pour guider la supervision et garantir la qualité, y compris une liste de contrôle des normes minimales, des listes de contrôle de supervision de soutien et des listes de contrôle SIMS.

Les sites doivent également intégrer des outils de suivi et de reporting, notamment :

- *Formulaire de divulgation d'abus de bénéficiaire et de prestation de services*
- *Formulaire de réclamation client (en utilisant LINK le cas échéant)*
- *Journal des incidents de sécurité*

Au niveau du client, les sites doivent intégrer des outils / approches pour évaluer la satisfaction des clients à l'égard des services, tels que des enquêtes sur papier ou sur le Web (à l'aide de LINKS), des boîtes de commentaires et des entretiens de sortie avec les clients.

Il est également important que les organisations communautaires disposent de plates-formes pour surveiller et fournir des informations en retour afin de garantir que les services répondent aux principes fondamentaux et aux normes minimales, notamment en répondant aux besoins individuels des clients. Celles-ci peuvent inclure des approches de tableau de bord communautaire, dans lesquelles les représentants de la communauté travaillent avec la direction du site et les prestataires pour évaluer la qualité et l'accessibilité des services et élaborer ensemble des recommandations qui sont ensuite mises en œuvre et évaluées à nouveau. Cette approche a démontré un succès considérable dans une variété de contextes.

Les organisations locales et les dirigeants des établissements peuvent également former des comités consultatifs communautaires qui regroupent les commentaires de la communauté et fournissent des recommandations pour améliorer la qualité et l'accessibilité.

4. Suivi et notification des événements indésirables

Suivi au niveau du site

- Demandez régulièrement aux clients index s'ils ont subi des EI suite à leur participation aux tests index
 - Question suggérée : « Avez-vous subi des préjudices de la part de votre partenaire, de votre prestataire de soins de santé ou de toute autre personne pendant ou en raison de la réception de services de test index dans cet établissement ou site? Cela peut inclure un préjudice physique, émotionnel, sexuel ou économique ».
- Peut être effectué lors de la prochaine visite du client ou par téléphone 2 à 4 semaines après le service de test d'index fourni
- Tous les rapports d'événements indésirables doivent être documentés

Pourquoi suivre les raisons pour lesquelles les clients refusent les tests index ?

Les programmes doivent savoir pourquoi les clients refusent les services de tests index, mais gardés à l'esprit que les clients ne sont PAS tenus de fournir une raison (comme décrit dans l'exemple de formulaire de consentement)

Raison du refus	Résolution / étape possible
Pas de temps pour l'entretien de sollicitation	Offrir des heures d'ouverture prolongées
Ne croyez pas que les services sont confidentiels / craignent que les partenaires apprennent leur statut	Examiner et / ou améliorer les conseils sur la confidentialité
Peur de la violence entre partenaires intimes	Renforcer le réseau de services VPI, sensibiliser les conseillers au sein de la clinique, aborder la VPI dans les services VPI
Le partenaire est déjà stable sous traitement	Affirmer des comportements de recherche de santé positifs
Le partenaire vit / travaille loin	Offrir un autotest du VIH, soutien au transport
Les horaires de la clinique ne sont pas pratiques pour le partenaire	Revenir / ajuster les heures d'ouverture
Autre ?	Le cas échéant

25. *Au niveau du site, les prestataires devraient régulièrement s'informer de tout événement indésirable. Cela peut se faire de diverses manières, y compris en personne lors d'une visite ou par téléphone.*

Le script de cette diapositive offre une façon de poser des questions sur les préjudices.

26. **REMARQUE :** Utilisez l'animation de cette diapositive pour suivre avec le script suggéré ci-dessous.

Pourquoi voulons-nous demander et suivre les raisons pour lesquelles les clients refusent les services de test index ?

Accordez quelques instants aux participants pour répondre, puis avancez d'un point.

Quelles pourraient être les raisons pour lesquelles les clients refusent les services de test index ?

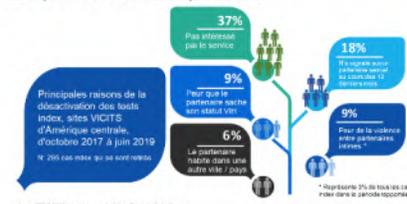
Accordez quelques instants aux participants pour répondre, puis avancez d'un point.

Comme vous l'avez noté, il existe un certain nombre de raisons pour lesquelles les clients pourraient refuser les services de test index. Il sera utile de suivre ces raisons afin de développer des solutions pour aborder tout ce que vous pouvez résoudre.

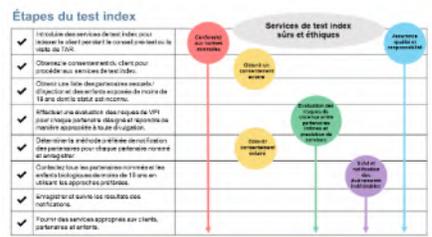
Avancez pour afficher le tableau à droite.

Voici quelques exemples de solutions pour les raisons énumérées dans le tableau de gauche.

Exemple de PEPFAR / Amérique centrale



27. *Comme illustré dans cette diapositive, vous souhaitez peut-être développer une visualisation qui quantifie les raisons du refus pour permettre aux responsables du site, aux prestataires et au personnel des partenaires de mise en œuvre de développer et de hiérarchiser les solutions. En utilisant des mesures d'amélioration continue de la qualité, vous pouvez ensuite évaluer au fil du temps si des changements dans la prestation de services ont conduit à des changements dans l'adoption.*



28. Pour résumer, cette diapositive montre toutes les étapes du test index dont nous avons parlé dans cette formation. Bien que nous n'ayons pas de diapositives spécifiques pour l'étape 8, vous avez discuté de divers services de référence disponibles ici en [PAYS] dans les sessions 6 et 10. La diapositive montre également comment et quand garantir que les étapes d'un test index sûr et éthique sont appliquées. Le respect des normes minimales et l'amélioration continue de la qualité sont appliqués dès la première étape. Le consentement est obtenu avant de procéder à l'entretien avec le client pour obtenir des contacts, et pour chaque contact et mode de notification du partenaire lorsqu'un prestataire est engagé (contrat ou référence client). De plus, le suivi des événements indésirables est effectué tout au long des soins du client après que des services de test index ont été fournis lors des visites ultérieures (c'est-à-dire dans les 2 à 4 semaines suivant l'interview de référence).

Session 15. Plan d'action

Durée : 30 minutes

Matériels :

- Formation PowerPoint - Jour 3 (avec les adaptations indiquées dans le fichier PowerPoint)
- Flipchart et marqueurs

Objectif : À la fin de cette session, les participants auront :

- Élaboration d'un plan d'action comprenant le calendrier et les rôles et responsabilités des principaux acteurs qui guideront la préparation et le lancement des tests index.



29. Cette session doit être personnalisée en fonction du contexte local, des personnes présentes dans la salle pendant cette formation et de ce qui peut être accompli efficacement lors d'une session de planification. Par exemple, si les participants incluent des parties prenantes gouvernementales et non gouvernementales (c'est-à-dire communautaires) qui sont toutes nouvelles dans les tests index, cette session peut être un moyen efficace de planifier qui fera quoi pour développer des outils, des outils de travail et définir les rôles et responsabilités de chaque agence, département, bailleur de fonds, etc., avec une date précise à l'esprit pour le lancement de la mise en œuvre.

Comme il existe des sensibilités importantes autour de la notification des partenaires, y compris le potentiel de

violence, il est important d'avoir des processus et des conseils en place, ainsi que des services de soutien, avant de mettre en œuvre l'approche.

Quoi qu'il en soit, cette session peut être utilisée au minimum pour clarifier le rôle de l'agence de facilitation, ou fournir une plate-forme pour que le gouvernement s'engage à respecter un calendrier national. La diapositive suivante sert d'exemple du type de tableau qui peut être utilisé pour ce processus de planification.

Quelle suite ?

Action	Leader	Soutien	Date d'échéance	Commentaires

30. La planification des actions pourrait intégrer l'utilisation de l'outil de planification en 7 étapes, qui décrit les activités / appui / assistance technique / ressources spécifiques nécessaires pour obtenir des résultats.

Les questions de l'outil de planification en 7 étapes comprennent :

- Pourquoi organisez-vous cette activité ? Liste des objectifs.
- Qui devra être impliqué pour mettre en œuvre avec succès cette activité ?
- Quand et où prévoyez-vous de mettre en œuvre cette activité ?
- De quel type d'outils, de matériel, de produits, etc. avez-vous besoin pour mettre en œuvre avec succès cette activité ?
- Comment assurerez-vous la bonne exécution de l'activité en termes de services, de finances, de S&E, etc. ?
- De quelle assistance technique aurez-vous besoin pour mettre en œuvre avec succès cette activité ?
- Calendrier : Dressez la liste des étapes, avec un calendrier, sur la façon dont vous allez mettre en œuvre votre activité.

Les domaines d'intérêt pourraient inclure : la dotation en personnel et le transfert des tâches ; des outils sur l'introduction de tests d'index à la fois pour le cas index et les partenaires sexuels ; Outils de S&E et construction d'une cascade ; la planification de l'augmentation du nombre de cas (liaison des PVVIH au traitement, soutien, aiguillage vers la PrEP) ; et la construction des étapes programmatiques pour la mise en œuvre.



31. Récapitulation de la troisième journée avec des résumés des participants. Remercier les participants.

FIN DE LA FORMATION