

SOCIÉTÉ

societe.union@sonapresse.com

Prise en charge des PVVIH : où en sommes nous ?

Rudy HOMBENET ANVINGUI
Libreville/Gabon

DRESSER le bilan des activités relatives à la prise en charge des personnes vivant avec le VIH (PVVIH) au Gabon, telle est la mission de la réunion qui s'est ouverte hier, au Centre hospitalier universitaire Mère et Enfant Jeanne Ebori de Libreville. Durant les cinq jours que dureront les travaux, les responsables des Centres de traitement ambulatoire (CTA) du Gabon examinent les avancées et les goulots d'étranglement dans la Prise en charge (PEC) de cette pandémie vieille d'un peu plus de quatre décennies.

Après le bilan des activités des différentes structures de PEC, la première journée a été l'occasion de présenter les résultats de l'audit des PVVIH au Gabon. Ouvrant les travaux, le secrétaire général adjoint du ministère de la Santé Félix Ndong-Obiang est revenu sur les chiffres inhérents

à l'épidémie qui précisent une légère baisse de nouvelles infections au VIH, soit 2 000 en 2018 pour 1 500 en 2019. Le SGA a également annoncé une légère baisse des décès liés à la maladie avec 1 200 en 2018 contre 1 100 en 2019. Il reste que, s'il y a des améliorations dans la lutte contre cette tueuse, quelques disparités méritent encore d'être corrigées. Les objectifs 2 020 précisent que 90 % des PVVIH doivent connaître leur statut sérologique, 90 % des personnes séropositives au VIH doivent avoir accès au traitement ARV, et 90 % des personnes mises sous traitement ARV doivent avoir une charge virale indétectable. D'après les chiffres de la responsable du Programme national de lutte contre les infections sexuellement transmissibles (PNLIST), Dr Raïssa Okouyi Ndong Assapi, au Gabon, 88 % de personnes connaissent leur statut sérologique, 58 % sont sous traitement ARV et 29 % ont une charge virale indétectable.



La réunion ouverte hier permet de relever que 58% des PVVIH sont sous traitement ARV et 29% ont une charge virale indétectable.

"Il faut de ce fait relever les GAP par rapport à l'atteinte des objectifs fixés et surtout identifier les goulots d'étranglement à l'atteinte des objectifs, puis assurer

une prise en charge optimale", a souligné Dr Raïssa Okouyi Ndong Assapi. Cette rencontre organisée avec l'appui technique et financier

de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) devrait déboucher sur des meilleures stratégies à adopter dans la lutte contre le VIH au Gabon.

Le clin d'œil de *Lybek*



Télévision : 60 minutes de slam pour célébrer le Gabon

R.H.A
Libreville/Gabon

LA célébration du 60e anniversaire de l'indépendance du Gabon, le 17 août 2020, n'a pas laissé indifférents les responsables de Canal + Gabon. Pour marquer cet événement de portée nationale, l'opérateur de distribution des programmes télévisés cryptés a organisé un spectacle de slam inédit intitulé "60 minutes de slam pour le Gabon". L'objectif étant de faire rayonner le "vert-jaune-bleu", les couleurs nationales de notre pays qui fêtait ce jour-là ses 60 années de souveraineté internationale. Pour marquer le coup, Canal + Gabon a décidé de s'associer à des slameurs gabonais les plus en vue du moment pour offrir le spectacle "60 minutes de slam pour le Gabon". Un jubilé tout en diamant ayant vu la participation de Slam Master



Un instantané du « 60 minutes de slam pour le Gabon » organisé par Canal+ Gabon.

No, artiste de poésie urbaine et triple champion du Gabon de slam, Loupiano, Psychic et Ramses Junior. Cette initiative qui s'inscrit dans le cadre de la valorisation de la culture gabonaise dont Canal + Gabon s'est fait le chantre, visait à célébrer, à l'instar de 16 autres pays africains, l'accession du pays à la souveraineté internationale sur une note culturelle urbaine. Compte tenu des restrictions imposées par le

Covid-19 qui continue de dicter sa loi, l'événement a été retransmis en direct sur la page Facebook de Canal + Gabon ; tout comme le concert des 40 ans de carrière de l'international Sima Mboula organisé en partenariat avec l'agence Hokano et Oss Pro. Avec ces deux événements, Canal + entend conforter son image de marque culturelle. Les abonnés et passionnés de culture avaient de quoi se régaler durant cette période festive.