

## **MODE D'EMPLOI DU QUESTIONNAIRE COSI**

Le questionnaire COSI a été développé en 1997 par Harvey Dillon. COSI signifie "Client Oriented Scale of Improvement". Le questionnaire COSI est un questionnaire subjectif qui se distingue d'autres questionnaires en n'évaluant que les besoins spécifiques du client, ce qui garantit son haut degré de pertinence et de fiabilité. La liste est complétée par le client avec l'aide d'un audiologue. La première partie est complétée avant le début de la période d'essai. La deuxième partie, répartie en plusieurs phases se termine à la fin de la période d'essai.

Ce questionnaire est très utile pour une utilisation dans les centres auditifs. La première session consiste à résumer les problèmes auditifs spécifiques (= compréhension, audition et écoute) rencontrés par le client dans la vie quotidienne. Les sessions suivantes visent à vérifier le degré d'amélioration. Le questionnaire est bref et précis, ce qui fait que l'enregistrement ne demandera que très peu de temps ou pas de temps supplémentaire lors de l'adaptation.

### **GROUPE CIBLE**

Le questionnaire COSI est une partie obligatoire du dossier INAMI pour le remboursement d'appareils auditifs pour :

- les adultes (à partir de 18 ans) ;
- tant les nouveaux utilisateurs que les utilisateurs expérimentés ;
- les clients souffrant d'une perte auditive unilatérale ou bilatérale ;
- les clients en mesure de compléter eux-mêmes le questionnaire COSI ou avec un minimum d'aide d'un intermédiaire étroitement lié au client (mentionnez le nom de l'intermédiaire et sa relation avec le client sous « remarques »).

Si possible, soumettez également le questionnaire aux personnes qui ne font pas partie du groupe cible susmentionné (par ex. les personnes de moins de 18 ans, les personnes atteintes d'un handicap mental modéré à profond ou les personnes ayant des difficultés de communication). Mentionnez également cela sous « remarques ».

### **OBJECTIF**

Vérifier si le client est satisfait du résultat de l'adaptation de l'appareil auditif et dans quelle mesure une amélioration est constatée dans les situations cibles spécifiques.

Avant l'adaptation de l'appareil auditif, dressez une liste avec le client des situations spécifiques où le client souhaite mieux entendre. Après l'adaptation de l'appareil auditif, vérifiez avec le client si le port d'un ou de deux appareils auditifs a une influence sur l'audition dans ces situations cibles.

En établissant une liste de ces situations cibles au début de l'adaptation de l'appareil auditif, l'audiologue peut :

- rectifier les attentes irréalistes, éventuellement en comparant avec des tests objectifs ;
- adapter l'appareil auditif aux besoins spécifiques du client ;
- éventuellement donner des conseils au client pour une ou plusieurs situations cibles.

### **TEMPS NÉCESSAIRE POUR CHAQUE SESSION**

Il y a plusieurs phases de récolte des données. La première session dure entre 5 et 15 minutes. La durée dépend du temps dont a besoin le client pour citer les situations spécifiques dans lesquelles il n'entend pas bien. Votre expérience dans la récolte des données pour le questionnaire COSI joue également un rôle. La session finale dure environ 10 minutes. Cette partie du questionnaire COSI peut également être complétée à domicile par le client avant le rendez-vous au centre auditif. Il faut alors prévoir du temps pour parcourir la deuxième partie du questionnaire COSI avec le client.

## RECOLTE DES DONNEES

Vous pouvez compléter le questionnaire COSI sur papier ou à l'aide d'un logiciel (NOAH).

Nom du client	Changement observé					Aptitude finale				
	Grâce au nouvel appareil, j'entends maintenant ...					J'entends distinctement ...				
	Moins bien	Pas de différence	Légerement mieux	Mieux	Beaucoup mieux	10%	25%	50%	75%	95%
<b>BESOINS SPECIFIQUES</b>										
Priorité										
<input type="checkbox"/>										
<input type="checkbox"/>										

### Session 1: au début de la période d'essai (intake)

Vous demandez au client d'indiquer un certain nombre de besoins / situations spécifiques différents (de préférence 3, minimum 1, maximum 5) où il souhaite mieux entendre (compréhension, audition, écoute). Il est extrêmement important que vous examiniez attentivement les réponses initiales du client afin de définir le plus précisément possible la situation dans laquelle il souhaite mieux entendre.

*[Exemple : "Souhaite mieux entendre dans un environnement bruyant" n'est pas assez spécifique. Cette réponse peut être spécifiée davantage en définissant plus précisément "environnement" comme « souhaite mieux comprendre à table » ou en ajoutant des paramètres supplémentaires comme « souhaite mieux comprendre dans un restaurant avec cinq personnes à table ».]*

Cette spécification de situations est très difficile pour certains clients. Vous pouvez aider le client en lui indiquant des situations générales comme en famille, en écoutant la radio ou en regardant la tv, au travail, en pratiquant des hobbies, etc. mais il est préférable de ne pas donner d'exemples spécifiques afin de ne pas influencer le client.

Après qu'il ait présenté différentes situations, demandez au client de les classer par ordre d'importance en commençant par la situation la plus importante pour terminer par la moins importante en cinquième position. Si le client n'est pas en mesure d'indiquer quelle est la situation la plus importante, cette partie de l'enregistrement ne doit pas être réalisée.

Après l'enregistrement, vous pouvez donner le questionnaire au client afin qu'il puisse déjà évaluer à domicile si les situations indiquées sont améliorées. Cela permet de réduire la durée des sessions suivantes parce que le client aura déjà pu réfléchir aux améliorations.

### Session 2 : pendant les visites de contrôle intermédiaires (avant la fin de la période d'essai)

Il est conseillé, lors de chaque visite de contrôle, de parcourir avec le client le degré d'amélioration avec l'adaptation (moins bien, pas de différence, un peu mieux, mieux et beaucoup mieux) par situation cible comme partie de l'évaluation intermédiaire des résultats. Pour les nouveaux utilisateurs, on compare avec la situation où ils ne portent pas d'appareil auditif et pour les utilisateurs expérimentés, on compare avec la dernière adaptation de l'appareil auditif. Ceci permet de corriger l'adaptation. En outre, cela permet au client, dans le cadre des situations cibles spécifiques, d'accorder une attention supplémentaire au résultat. Il convient de présenter au client le questionnaire COSI avec les situations cibles spécifiques après chaque visite de contrôle afin que l'évolution puisse être identifiée plus en détail. Les résultats intermédiaires peuvent être mis à jour ou enregistrés. Il est également possible que les situations cibles changent entre-temps, surtout chez les nouveaux utilisateurs d'appareils auditifs. Des évaluations intermédiaires peuvent constituer un outil de comparaison utile si votre client essaie différents appareils auditifs pendant la période d'essai.

### Session 3 : à la fin de la période d'essai

À la fin de la période d'essai, le client indique le **degré d'amélioration** (moins bien, pas de différence, un peu mieux, mieux et beaucoup mieux) pour chaque situation cible qu'il a désignée. Cela vous permet de vérifier l'efficacité de l'appareil auditif chez le client. Un nouvel utilisateur comparera avec la situation lorsqu'il ne portait pas d'appareil auditif. Les clients qui sont des utilisateurs expérimentés indiquent le degré d'amélioration par rapport à l'adaptation de l'appareil auditif précédente.

Le client indique ensuite le degré de **satisfaction** sur son audition avec les appareils auditifs. Sur le formulaire de résultats, indiquez par situation cible dans quelle mesure le client est satisfait : 'presque jamais' (10%), 'parfois' (25%), 'la moitié du temps' (50%), 'souvent' (75%) et 'presque tout le temps' (90%). Les clients estiment qu'il est généralement plus facile de travailler avec ces termes.

Si le client ne comprend pas la différence entre deux échelles, vous pouvez essayer d'obtenir les réponses lors d'un entretien. En outre, vous pouvez également ne pas faire apparaître la partie "satisfaction" jusqu'à ce que la partie "degré d'amélioration" soit entièrement remplie.

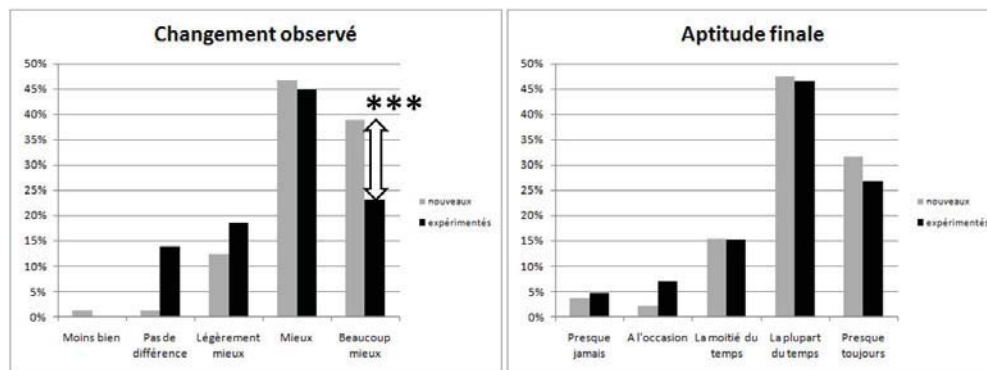
### INTERPRÉTATION

Dans le questionnaire COSI, on vérifie par situation cible le degré d'amélioration et de satisfaction du client. Ces résultats sont interprétés en fonction de l'importance de chaque situation spécifique pour le client et du fonctionnement global du client dans sa vie quotidienne.

Le questionnaire COSI est un questionnaire subjectif. Il n'y a pas de normes préétablies pour le degré d'amélioration et la satisfaction du client. Vous ne trouverez donc pas nécessairement de corrélation avec les résultats d'autres tests comme une audiométrie tonale, une audiométrie vocale ou un test de localisation central. En outre, il n'est pas possible de comparer les résultats de différents clients entre eux de manière objective.

Le degré de difficulté des situations spécifiques que le client a désignées peut être utilisé pour indiquer dans le rapport d'essai pourquoi une technologie d'appareil auditif spécifique a été choisie.

Lors de l'interprétation du questionnaire COSI, une distinction doit être établie entre les nouveaux utilisateurs et les utilisateurs expérimentés. Pour les nouveaux utilisateurs, la comparaison s'effectue avec la situation sans appareil auditif et pour les utilisateurs expérimentés la comparaison est effectuée avec l'adaptation précédente.



*Vous remarquez que le degré d'amélioration pour les nouveaux utilisateurs (colonnes grises) est plus positive que chez les utilisateurs expérimentés (colonnes noires) ... c'est logique, étant donné que pour les nouveaux utilisateurs, la situation sans appareil auditif est comparée avec la situation avec appareil auditif... mais chez les utilisateurs expérimentés, la situation avec l'ancienne adaptation est comparée avec la situation avec la nouvelle adaptation. Le résultat final est toutefois fort comparable.*

Dillon, H., Games, A., & Ginis, G., (1997). Client oriented scale of improvement (COSI) and its relationship to several other measures of benefit and satisfaction provided by hearing aids. *Journal of the American Academy of Audiology*, 8, 27-43.

Truyen, N. (2011). *Praktische richtlijnen voor gebruik van de Client Oriented Scale of Improvement: Deel 2 – Verder onderzoek naar de mate van verbetering en het resultaat met hoortoestellen bij eerste gebruikers en het opstellen van een Nederlandstalige handleiding voor de afname van de Client Oriented Scale of Improvement door audiology. Niet gepubliceerd eindwerk, Lessius Antwerpen, Antwerpen, o.l.v. M. Laureyns & L. Huighe.*