



MINISTÈRE
DE LA SANTÉ PUBLIQUE,
HYGIÈNE ET PRÉVENTION

République Démocratique du Congo
Ministère de la Santé Publique
Programme National de Nutrition
PRONANUT



SECRÉTARIAT GÉNÉRAL
PROGRAMME NATIONAL DE NUTRITION
PRONANUT

PLAN STRATÉGIQUE
NATIONAL MULTISECTORIEL
DE COMMUNICATION EN
NUTRITION

2023-2030

Avec l'appui technique et financier de
Breakthrough ACTION - USAID



USAID
DU PEUPLE AMERICAIN

Breakthrough
ACTION
FAIRE AVANCER LE CHANGEMENT
SOCIAL ET DE COMPORTEMENT





**PLAN STRATÉGIQUE
NATIONAL MULTISECTORIEL
DE COMMUNICATION EN
NUTRITION**



La réalisation de ce Plan Stratégique National Multisectoriel de Communication en Nutrition a été rendue possible grâce au soutien du peuple américain à travers l'Agence des Etats-Unis pour le Développement International (USAID-RDC) aux termes de l'Accord Coopératif No. #AID- OAA-A-17-00017, adjugé par le biais du Projet Breakthrough Action à l'Université Johns Hopkins.

Les opinions exprimées ici incombent aux auteurs et ne reflètent pas forcément les points de vue de l'Agence des Etats-Unis pour le Développement International ou du gouvernement américain.

Finalisé en Juillet 2023

Citation recommandée :

Ministère de la Santé Publique, Hygiène et Prévention-République Démocratique du Congo, 2023. Plan Stratégique Nationale Multisectoriel de Communication en Nutrition. Kinshasa : Breakthrough Action-RDC

Informations de contact

• **Breakthrough Action - RDC**

4, Avenue des Citronniers
Kinshasa Gombe
Tél. : +243-815-186-971
admin@breakthroughactiondrc.org
<https://ccp.jhu.edu/projects/breakthrough-action/>

• **Programme National de Nutrition - RDC**

02, Av. Londala
Commune de Lingwala, Kinshasa
République démocratique du Congo
Tél. : +243 824020356 / +243 819 056 657
pronanutsante@gmail.com
pronanutrdc.org

Facilitation :

- Florence William MPATA, MPH, MSc, PhD St¹
- Augustin NGANDU, Expert en Communication & Philosophe¹

Table des matières

Liste des acronymes et abréviations	7
Préface	9
Avant-propos	10
Remerciements	11
Résumé exécutif	12
Introduction	13
I.1. Contexte et justification	13
I.2. Etat des lieux de la communication dans le secteur de nutrition en RDC	15
I.2.1. Plans et Stratégies de Communication	15
I.2.2. Messages et supports de communication	15
I.2.3. Financement des activités de communication	15
I.3. Axes stratégiques du plan national de communication en nutrition	15
I.4. Objectifs	16
I.4.1. Objectif général	16
I.4.2. Objectifs spécifiques	16
CHAPITRE I. Théories modèles et approches conceptuelles du plan strategique national multisectoriel de communication en nutrition	18
1. Vision	18
2. Principes	18
3. Fondements théoriques et méthodologiques	19
3.1. Cadre conceptuel	19
3.2. Modèle théorique : Modèle du changement social et de comportement	19
3.3. Cadre méthodologique : Processus d'élaboration de la stratégie	20
3.4. Positionnement global	22
Chapitre II. Analyse comportementale dans le secteur de nutrition en RDC	23
CHAPITRE III. Plan de communication spécifique aux comportements dans le secteur de nutrition en RDC	28
Axe Stratégique 1 : Renforcer le plaidoyer, la politique et la réglementation	28
Chapitre IV. Les approches, canaux et supports de communication dans le secteur de nutrition	48
Chapitre V. Principales activités de communication dans le secteur de nutrition	52
1. Priorités par axes stratégiques	52
1.1. Les priorités dans la promotion sont :	52
1.2. Les priorités dans la prévention sont :	53
1.3. Les priorités dans la prise en charge sont :	53
2. Actions stratégiques	53
3. Principales interventions	54
4. Répartition des activités selon les approches d'intervention en nutrition	56

Chapitre VI. Mise en œuvre du plan stratégique national multisectoriel de communication en nutrition	71
1. Coordination des interventions	71
1.1. Composition du groupe thématique de travail communication en nutrition	71
1.2. Rôle du groupe thématique de travail communication en nutrition	71
1.2.1. Rôle et responsabilités des acteurs	71
2. Rôle des influenceurs et acteurs clés de communication dans le secteur de Nutrition	72
2.1. Rôle des acteurs clés non-prestataires de santé	72
2.2. Rôle des acteurs clés prestataires de santé	75
1.1. Suivi et évaluation	108
1.1.1. Méthodologie du suivi et évaluation	108
1.1.2. Indicateurs	109
Références bibliographie	137
Liste des facilitateurs	138
Liste des participants	139
Budget des activités de communication	141

LISTE DES ACRONYMES ET ABREVIATIONS

ADRA	Adventist Development and Relief Agency
ANJE	Alimentation du Nourrisson et du Jeune Enfant
APA	Autorité Politico-Administrative
BA	Breakthrough ACTION
BPN	Bonnes Pratiques de Nutrition
CCSC	Communication pour le Changement Social et de Comportement
CIP	Communication Inter Personnelle
COVID-19	Maladie à Coronavirus-19
CPN	Consultation PréNatale
CPON	Consultation Post Natale
CPSr	Consultation PréScolaire Ré dynamisée
CSC	Changement social et de comportement
DGOGSS	Direction Générale d'Organisation et de Gestion des Soins de Santé
DMA	Déparasitage au Mébendazole/Albendazole
DHIS2	District Health Information Software 2
EDS	Enquête Démographique et de Santé
EPST	Enseignement Primaire, Secondaire et Technique
FAO	Food Agriculture Organization
FAP	Femme en Age de Procréer
HKI	Helen Keller International
MICS	Multiples Indicators Cluster Survey/Enquête en Grappes à Indicateurs Multiples
MSPHP	Ministère de la Santé publique, Hygiène et Prévention
NAC	Nutrition à Assise Communautaire
OMS	Organisation Mondiale de la Santé
PAM	Programme Alimentaire Mondial
PB	Perimètre Brachial
PCIMA	Prise en Charge Intégrée de la Malnutrition Aiguë
PF	Planification Familiale
PFE	Pratiques Familiales Essentielles
PMNS	Projet Multisectoriel de Nutrition et Santé
PNCPS	Programme National de Communication pour la Promotion de la Santé
PNDS	Plan National de Développement Sanitaire
PNLN	Programme National de Lutte contre le Noma
PNSBD	Programme National de la Santé Bucco-Dentaire
PSNMCN	Plan Stratégique National Multisectoriel de Communication en Nutrition
PRONANUT	Programme National de Nutrition
PROSANI	Programme de Santé Intégré

RDC	République Démocratique du Congo
RECO	Relais Communautaire
SMM	Supplémentation en Micronutriments Multiples
SMNP	Supplémentation en Micronutriments en Poudre
SVA	Supplémentation en Vitamine A
TFC-NUT	Task Force Communication Nutrition
UG-PDSS	Unité de Gestion-Projet de Développement du Système de Santé
UNICEF	Fonds des Nations Unies pour l'Enfance
UNS	Unité Nutritionnelle Supplémentaire
UNTA	Unité Nutritionnelle Thérapeutique Ambulatoire
UNTI	Unité Nutritionnelle Thérapeutique Intensive
USAID	United States Agency International For Development/Agence des Etats-Unis pour le Développement International
ZS	Zone de Santé

PREFACE

Une bonne nutrition est un droit pour tout habitant de la RDC afin de lui permettre d'acquérir des conditions essentielles à son développement intégral, dès son jeune âge jusqu'à l'âge adulte.

En dépit des interventions initiées par le Programme National de Nutrition tant au niveau communautaire que national pour l'amélioration de l'état nutritionnel des populations, la situation nutritionnelle de notre population s'avère précaire particulièrement celle des enfants de moins de 5 ans, des femmes enceintes et allaitantes. Il s'avère utile de noter que les prévalences de malnutrition et de carences en micronutriments présentent encore à ce jour un tableau sombre suite aux multiples facteurs, dont le manque d'informations et la faible appropriation des activités en nutrition au niveau communautaire.

Il ressort des données sanitaires que le taux élevé de la malnutrition contribue de manière directe ou indirecte à l'augmentation des taux de mortalité infantile, infanto juvénile et maternelle dans notre pays. S'ajoutant à cela, la pandémie de COVID-19 qui vient encore aggraver la situation nutritionnelle déjà détériorée.

Face à la persistance des problèmes de nutrition avec ses multiples origines, et impacts sur les différents secteurs de développement ainsi qu'à la complexité de leur résolution. Le PRONANUT avec l'appui technique et financier de Breakthrough ACTION a trouvé utile d'élaborer le présent document. Ce dernier sera comme un guide d'orientation des activités du changement social et de comportement pour une meilleure efficacité et durabilité des interventions en matière de nutrition.

Ce Plan Stratégique National Multisectoriel de Communication en Nutrition permettra d'intensifier le plaidoyer à tous les niveaux de la pyramide sanitaire et sensibiliser la communauté, en vue de promouvoir le changement social et de comportement durable de la population en matière de nutrition et santé. Il nous permettra d'adopter une approche améliorée et uniforme en matière de communication.

Il s'adresse à tous les acteurs impliqués dans l'amélioration de l'état nutritionnel des populations, notamment : Ministère de Travail, Emploi et Prévoyance Sociale, Ministère de l'Agriculture, Ministère Pêche et Elevage, Ministère Enseignement Primaire Secondaire et Technique, Ministère Genre, Famille et Enfant, Ministère des Affaires Sociales, Actions Humanitaires et Solidarité Nationale, Ministère Développement Rural, Ministère de Communication et Médias, Ministère de la Culture, Arts et Patrimoine ; etc).

Enfin, le Ministère de la Santé Publique, Hygiène et Prévention félicite le Programme National de Nutrition « PRONANUT » pour sa décision de doter le pays de cet outil normatif qui contribuera à l'amélioration de la qualité de la prévention de la malnutrition en RDC.

Ministre de la Santé Publique, Hygiène et Prévention

Dr KAMBA MULAMBA Samuel Roger

AVANT-PROPOS

La RDC reste parmi les pays les plus touchés par la malnutrition sous plusieurs formes et particulièrement la forme chronique avec des conséquences irréversibles qui ont un impact sur le développement socioéconomique du pays. Elle connaît une dégradation de la situation nutritionnelle de la population à cause de la flambée des épidémies, des catastrophes naturelles, des conflits communautaires et armés. Les problèmes de nutrition en RDC s'avèrent complexes et tirent leurs origines dans plusieurs secteurs.

Face à cette urgence sanitaire qui endeuille de nombreuses familles, le pays à travers son ministère de la santé publique, hygiène et prévention a mis en place plusieurs interventions afin d'éradiquer cette malnutrition dont les données demeurent alarmantes jusqu'à nos jours. Deux difficultés ont été identifiées dans la mise en œuvre de ces différentes activités à savoir la faible fréquentation par la communauté des services de nutrition (ANJE, CPSr, PCIMA) ainsi que la faible couverture dans la mise en œuvre de la nutrition à assise communautaire (NAC).

En dépit de plusieurs interventions en matière de nutrition, la malnutrition constitue un grand problème de santé publique et une cause sous-jacente de plusieurs autres problèmes de santé dans le pays. Selon le rapport intitulé « la nutrition, un enjeu critique » de Save The Children publié en 2020, il a été attesté que la malnutrition est en outre la cause directe et/ou indirecte de près de la moitié de décès chez les enfants de moins de 5 ans. L'élaboration de ce présent plan stratégique de communication en nutrition va contribuer à une bonne coordination des activités de changement social et de comportement ciblées. Ce document permettra d'orienter la mise en œuvre des activités de plaidoyer dynamique auprès des décideurs, des leaders d'opinion, des prestataires des services et de la communauté.

Le présent Plan National de Communication en Nutrition pour le changement social et de comportement se réfère au Plan National Stratégique Multisectoriel de Nutrition 2016-2020. Ce Plan donne une ouverture à la communication, une intervention transversale qui appuie les autres interventions directes et indirectes dans la lutte contre la malnutrition sous toutes ses formes. Dans le souci d'améliorer la qualité des interventions en nutrition, le PRONANUT veut doter le Ministère de ce Plan pour combler ce vide qui a été observé dans les années antérieures.

Ce document technique, que nous jugeons de référence, a pour audience toutes les catégories de prestataires à tous les niveaux de la pyramide sanitaire, la communauté, les leaders d'opinion, les décideurs du Gouvernement et Partenaires techniques et financiers.

Le présent Plan va permettre de mettre en œuvre et de coordonner les interventions de communication et de faire le plaidoyer à tous les niveaux pour mobiliser les décideurs afin qu'ils mettent plus des moyens dans le volet de communication en nutrition sachant que celle-ci intervient avant, pendant et après les autres interventions de nutrition.

Secrétaire Général

Dr YUMA RAMAZANI Sylvain

REMERCIEMENTS

Le Plan Stratégique National Multisectoriel de Communication en Nutrition (PSNMCN) est une fois de plus la résultante, mieux l'expression vivante de l'aboutissement des efforts de travail de l'équipe d'experts du Ministère de la Santé Publique, Hygiène et Prévention.

Ce travail est le fruit de longue haleine et mérite la reconnaissance de tous les acteurs principaux. C'est ainsi que le ministère de la Santé publique, hygiène et prévention tient à remercier de tout cœur tous les experts qui ont contribué à doter le pays de ce document normatif de référence pour la communication en nutrition.

Nous profitons de cette occasion pour remercier les Partenaires techniques et financiers, nous citons : Break-through ACTION/USAID, UNICEF, ADRA, Helen Keller International, UGPDSS/PMNS, PROSANI/USAID. Nos remerciements s'adressent aussi aux experts du Ministère de la Santé Publique, Hygiène et Prévention et des autres Ministères sensibles à la Nutrition.

Que toute personne physique ou morale qui de près ou de loin a apporté une contribution à l'élaboration de ce document de haute facture trouve ici toute notre gratitude.

Directeur du PRONANUT
Dr Bruno BINDAMBA SENGE

RÉSUMÉ EXÉCUTIF

Ce Plan a été élaboré selon le processus P et du modèle socio-écologique.

Ce processus a suivi une démarche structurée de l'analyse situationnelle à la conception de la stratégie de communication en nutrition. Il sied de noter que l'analyse situationnelle de la communication en nutrition s'est basée sur la revue documentaire et a été réalisée grâce à la matrice « poisson » laquelle a permis d'identifier les différents problèmes comportementaux et interventions à mettre en œuvre.

Pour relever les défis et les problèmes de CSC, des réflexions sur les interventions de communication en nutrition ont porté sur les trois domaines ci-dessous :

- La Prévention
- La Promotion
- La Prise en charge

La stratégie de communication en nutrition présente des grandes lignes des interventions à développer, des audiences à toucher et des activités à réaliser à tous les niveaux de la pyramide sanitaire.

En outre, ce document épingle aussi le mécanisme de suivi et évaluation des interventions de CSC en nutrition et donne des orientations d'élaboration des plans de communication spécifiques à tous les niveaux.

Cette stratégie de communication en nutrition met un accent sur la collaboration multisectorielle et l'implication des décideurs au profit de la lutte contre la malnutrition en RDC.

INTRODUCTION

I.1. Contexte et justification

La République Démocratique du Congo (RDC) connaît une dégradation de la situation nutritionnelle de la population et cette dernière demeure préoccupante depuis deux décennies. La situation nutritionnelle touche principalement les enfants de moins de 5 ans, les femmes en âges de procréer (15-45 ans) y compris les filles adolescentes, les femmes enceintes et les femmes allaitantes d'enfants de moins de 2 ans.

Les données sanitaires en occurrence (MICS 2018) indiquent une faible amélioration des indicateurs. D'après ces données sanitaires, le taux de malnutrition aigüe est passé de 11 (MICS 2010) à 6,5 % (MICS 2018), la malnutrition chronique de 43 % (MICS 2010) à 41,8 % (MICS 2018) et l'insuffisance pondérale de 24 % (MICS 2010) à 23,1 % (MICS 2018).

Les analyses IPC montrent également une situation d'insécurité alimentaire alarmante avec 49,5% des ménages soit 27 millions dont 6,1 millions des ménages en situation d'Urgence (Analyse IPC -Malnutrition aigüe, RDC, janvier 2022).

La situation nutritionnelle des femmes en âge de procréer de 15 à 49 ans, selon EDS 2014, 15% des femmes ont un surpoids et l'obésité tandis que 15% ont la maigreur et 70% ont un poids normal.

Le rapport 2021 de l'UNICEF sur la situation nutritionnelle chez les enfants de moins de 5 ans estimait qu'environ 3,9 millions d'enfants souffrent de la malnutrition aiguë (rapport UNICEF sur la situation nutritionnelle chez les enfants de moins de 5 ans, 2021).

Pour lutter contre ce fléau, le Ministère de la Santé Publique, Hygiène et Prévention à travers son programme spécialisé, Programme National de Nutrition (PRONANUT), met en place six grandes interventions ci-après : Alimentation du Nourrisson et du Jeune Enfant (ANJE), Prise en Charge Intégrée de la Malnutrition Aigüe (PCIMA), Nutrition à Assise Communautaire (NAC), Supplémentation en Vitamine A / Déparasitage au Mébendazole/Albendazole (SVA/DMA), Supplémentation en Micronutriments Multiples (SMM), Nutrition maternelle et Consultation Préscolaire Redynamisée (CPSr) afin de donner à la population des services/soins préventifs et curatifs de qualité.

Dans le cadre du Changement Social et de Comportement, les indicateurs ci-dessous exposent l'ampleur du problème formulé de manière comportementale pour les cas de la promotion de la bonne Alimentation du Nourrisson et du Jeune Enfant, la promotion de la bonne nutrition maternelle, la fréquentation à la consultation pré-scolaire redynamisée, l'appropriation de la nutrition à assise communautaire, la supplémentation en vitamine A, la supplémentation en micronutriments multiples, la supplémentation en fer/acide folique, le déparasitage au Mébendazole/Albendazole et la prise en charge intégrée de la malnutrition aigüe.

Selon MICS 2018, 46,7 % d'enfants sont mis au sein dans l'heure qui suit la naissance alors que 85% des femmes accouchent devant un personnel de santé qualifié et 53,5 % d'enfants sont allaités exclusivement au sein jusqu'à l'âge de 6 mois ; 50,1 % des femmes allaitent de manière continue au sein jusqu'à l'âge de deux ans, par contre 8 % des enfants de 6 à 23 mois ont reçu une alimentation de complément adéquate.

En outre, les résultats issus de 24 enquêtes CAP menée par le PRONANUT les cinq dernières années montre que les connaissances des mères sur la mise au sein sont légèrement supérieures à leurs pratiques. 55% des mères pratiquent la mise au sein dans l'heure qui suit l'accouchement et pourtant 69% ont la connaissance sur cette pratique. Une partie importante des mères donnent le colostrum (82%) sans connaître réellement ses bienfaits alors que 53% seulement connaissent les bienfaits du colostrum. 2/3 de mères connaissent le pourquoi de l'allaitement maternel exclusif (67%) tandis que 1/3 seulement pratiquent l'allaitement maternel exclusif (37%).

Le rapport annuel 2021 du Programme montre que la proportion des femmes enceintes avec un PB inférieur à 230 mm est de 1,7% et celle des femmes allaitantes est de 10,33%. Il montre également que 25 % des enfants de 0 à 59 mois fréquentent la CPSr dont 8 % ont l'âge compris entre 23 à 59 mois dans les 50 % des Zones de Santé couvertes. Quant à la PCIMA il a été observé 29,3 % de taux d'abandon et 17 % des enfants malnutris

attendus n'intègrent la PCIMA. Environ 80 % des enfants de moins de 5 ans sont supplémentés en Vitamine A et déparasités au Mebendazole/Albendazole. La couverture en PCIMA est environ 24 % tandis qu'elle est de 14,6% soit 76 sur 519 ZS pour la NAC.

Selon EDS 2014, une femme enceinte sur vingt (5 %) a pris du fer, sous forme de comprimés ou de sirop, au moins 90 jours durant la grossesse de leur dernière naissance ; le pourcentage de femmes présentant un état de déficience énergétique chronique est à 14 %. Par contre, le pourcentage de femmes présentant une surcharge pondérale est à 16 %.

Plusieurs facteurs ont été incriminés à la base de cette situation impliquant les secteurs directs et sensibles à la nutrition, notamment : l'insécurité alimentaire des ménages, les mauvaises pratiques de nutrition maternelle et d'alimentation des nourrissons, les conflits armés, les violences basées sur le genre, les déplacements de population, les taux élevés de maladies infantiles et de maladies d'origine hydrique, la fragilité des systèmes de santé, l'influence des US & Coutumes, l'accès insuffisant à l'eau potable et à l'assainissement, la pauvreté chronique, la pandémie à COVID-19 etc. Ces différents facteurs ont influé négativement sur le maintien d'une alimentation saine et des pratiques optimales d'alimentation des nourrissons, des jeunes enfants, femmes enceintes et femmes allaitantes voir de la population en générale.

Il sied de noter que le Ministère de la Santé Publique, Hygiène et Prévention dispose d'un Plan National Stratégique Multisectoriel de Nutrition pour lutter efficacement contre la malnutrition sous toutes ses formes et qui s'étale sur 6 axes principaux :

- 1) Accès aux soins de santé et prise en charge nutritionnelle,
- 2) Promotion des pratiques familiales essentielles d'hygiène et assainissement favorable à l'Alimentation du Nourrisson et du Jeune Enfant et au bon régime alimentaire,
- 3) Accroissement de la disponibilité et de l'accès aux aliments diversifiés, dont les aliments à haute intensité énergétique, bio fortifiés et fortifiés,
- 4) Renforcement de la capacité des institutions à répondre aux urgences nutritionnelles et la résilience des populations,
- 5) Renforcement du système d'information en nutrition et de gestion des connaissances et
- 6) Renforcement de la gouvernance et de la coordination multisectorielle de nutrition.

Ce présent document va permettre d'orienter la mise en œuvre des activités qui auront un impact sur le changement social et de comportement en faveur des interventions de nutrition auprès des décideurs, des leaders d'opinion, des prestataires et de la communauté.

La bonne communication a un impact positif sur le changement social et de comportement en matière de nutrition avec l'implication de l'ensemble des acteurs. Elle est utile pour la promotion des interventions spécifiques (réhabilitation nutritionnelle, la promotion de bonnes pratiques nutritionnelles, les pratiques familiales essentielles, la lutte contre les carences en micronutriments, etc.) et sensibles (agriculture intelligente, lutte contre les violences basées sur le genre, dynamique communautaire autour de la sécurité alimentaire et nutritionnelle , etc.).

C'est dans ce contexte que le Ministère de la Santé Publique, Hygiène et Prévention a entrepris à travers son Programme National de Nutrition avec l'appui financier de USAID à travers son projet Breakthrough ACTION et de l'appui technique des structures de la santé (DGOGSS, PNCPS, PNLN, PNSBD), Ministeres sensibles(Ministère de l'Agriculture ; Ministère de Pêche et Elevage ; Ministère de l'EPST ; Ministère du Genre, Famille et Enfant ; Ministère des Affaire Sociales, Actions Humanitaires et Solidarité Nationale ; Ministère Développement Rural) et partenaires techniques et financiers UNICEF, PROSANI, ADRA, Helen Keller International, UG-PDSS/PMNS), l'élaboration d'un plan stratégique national multisectoriel de communication en nutrition couvrant la période 2023-2028.

I.2. Etat des lieux de la communication dans le secteur de nutrition en rdc

Ce sous-point est un résumé de la revue des documents de communication pour le changement social et de comportement existant en matière de nutrition en RDC, lequel a permis de faire une évaluation globale de l'utilité et de la pertinence des outils de communication actuels en RDC.

I.2.1. Plans et Stratégies de Communication

Nous notons l'existence du seul Plan Stratégique de Communication pour l'Alimentation du Nourrisson et du Jeune Enfant (2013-2014) élaboré par le PRONANUT, mais dont le niveau de couverture des interventions de nutrition selon une approche multisectorielle reste encore limité. En dehors de ce Plan, aucun autre Plan n'a été conçu.

L'initiative d'élaborer le premier Plan Stratégique National Multisectoriel de Communication en Nutrition appuyant le Plan Multisectoriel est un point positif.

I.2.2. Messages et supports de communication

Globalement, il existe plusieurs types de messages et de supports qui sont utilisés sur le terrain. La caractéristique commune à tous ces messages et supports est : qu'ils n'ont pas été toujours élaborés à partir de la recherche formative/analyse situationnelle et ayant bénéficié des pré-tests avant leur reproduction en série. La question de la nutrition n'étant pas une exclusivité du MSHP (Ministère de la Santé, Hygiène et Prévention), il est important aujourd'hui d'examiner l'impact réel de la publicité de certains produits "alimentaires", des messages et supports pour la promotion de la nutrition et des questions relatives aux VBG incluant les personnes handicapées et la redevabilité des personnes affectées. Il est donc nécessaire d'évoquer l'importance des autres Ministères sensibles à l'instar du secteur agricole qui œuvre directement pour la sécurité alimentaire

I.2.3. Financement des activités de communication

En outre, le niveau actuel de financement des activités de communication ne permet pas encore d'infléchir les effets nuisibles de la mauvaise compréhension du phénomène avec des mauvaises pratiques suite aux messages inappropriés et non cohérents. Et pourtant la communication devait être une intervention transver-sale dans le Plan Stratégique National Multisectoriel de Communication en Nutrition pour contribuer à lutter efficacement contre la malnutrition sur toutes ses formes par le changement social et comportemental de la communauté.

I.3.- Axes stratégiques du plan national de communication en nutrition

A cet effet, le présent plan qui va soutenir le Plan Stratégique National Multisectoriel de Nutrition comprend 7 axes stratégiques à savoir :

- **Axe Stratégique 1 : Renforcer le plaidoyer, la politique et la réglementation**
- **Axe Stratégique 2 : Renforcer la mobilisation institutionnelle**
- **Axe Stratégique 3 : Renforcer la mobilisation sociale et médiatique**
- **Axe stratégique 4 : Assurer le renforcement des systèmes (santé et secteurs sensibles à la nutrition) et des capacités des agents (santé et secteurs sensibles à la nutrition) dans les formations sanitaires et les communautés**
- **Axe stratégique 5 : Renforcer la mobilisation et l'engagement des communautés**
- **Axe stratégique 6 : Renforcer la mobilisation et engagement des familles**
- **Axe stratégique 7 : Renforcer l'engagement des adolescentes, femmes en âge de procréer, femmes enceintes, femmes allaitantes et mères des jeunes enfants (moins des 5 ans).**

I.4.. OBJECTIFS

I.4..1. Objectif général

L'objectif général est de contribuer d'une façon multisectorielle à l'amélioration de l'état nutritionnel de la population congolaise en général et en particulier celui des couches vulnérables dont des enfants de 0 à 24 mois, des filles adolescentes, des femmes en âge de procréer, des femmes enceintes et des femmes allaitantes en accroissant l'utilisation des services de nutrition et des autres interventions sensibles à la nutrition par les ménages.

I.4.2. Objectifs spécifiques

Spécifiquement, ce plan vise :

Axes stratégiques	Objectif spécifiques
Axe Stratégique 1 : Renforcer le plaidoyer, la politique et la réglementation	Objectif Spécifique 1.1 Mener le plaidoyer auprès des décideurs et parlementaires pour l'adoption, la mise en œuvre et le suivi des politiques et lois en faveur de l'appui à la nutrition ;
	Objectif Spécifique 1.2. Créer un environnement national favorable à la nutrition
Axe Stratégique 2 : Renforcer la mobilisation institutionnelle	• Objectif spécifique 2.1. Mobiliser et sensibiliser les institutions, organisations et les entreprises (employeurs)
	• Objectif Spécifique 2.2. Mobiliser et sensibiliser les associations (femmes, jeunes, hommes, etc.)
Axe Stratégique 3 : Renforcer la mobilisation sociale et médiatique	Objectif spécifique 3.1. Mobiliser et sensibiliser les publics et les jeunes à travers l'engagement des champions.
	Objectif spécifique 3.2. Mobiliser et sensibiliser les journalistes et les autres professionnels des médias.
Axe stratégique 4 : Assurer le renforcement des systèmes (santé et secteurs sensibles à la nutrition) et des capacités des agents (santé et secteurs sensibles à la nutrition) dans les formations sanitaires et les communautés.	• Objectif spécifique 4.1. Améliorer les compétences des prestataires en communication en faveur des interventions de nutrition (sensibles et spécifiques).
	• Objectif spécifique 4.2. Appuyer les institutions et les communautés en matériels, équipements et outils nécessaires pour la bonne mise en œuvre des activités de communication.

Axes stratégiques	Objectif spécifiques
Axe stratégique 5 : Renforcer la mobilisation et l'engagement des communautés	<ul style="list-style-type: none"> • Objectif spécifique 5.1. Mobiliser et renforcer les perceptions et les capacités des acteurs communautaires
	<ul style="list-style-type: none"> • Objectif spécifique 5.2. Mobiliser et renforcer les perceptions et les capacités des ménages
	<ul style="list-style-type: none"> • Objectif spécifique 5.3. Renforcer l'engagement de différents groupes en tant que structure autogérée sur la thématique.
	<ul style="list-style-type: none"> • Objectif spécifique 5.4. Mobiliser et renforcer les perceptions, les capacités et la confiance des leaders communautaires ;
Axe stratégique 6 : Renforcer la mobilisation et l'engagement des familles	<ul style="list-style-type: none"> • Objectif spécifique 6.1. Mobiliser et renforcer les perceptions, les capacités et la confiance des membres des familles et des hommes ;
Axe stratégique 7 : Renforcer l'engagement des adolescentes, femmes en âge de procréer, femmes enceintes, femmes allaitantes, mères des jeunes enfants et gardiens d'enfants (moins de 5 ans)	<ul style="list-style-type: none"> • Objectif spécifique 7.1. Améliorer les perceptions, les capacités et la confiance des adolescentes, femmes en âge de procréer, femmes enceintes, femmes allaitantes, mères des jeunes enfants et gardiens d'enfants (moins de 5 ans).

CHAPITRE I. THEORIES, MODÈLES ET APPROCHES CONCEPTUELLES DU PLAN STRATEGIQUE NATIONAL MULTISECTORIEL DE COMMUNICATION EN NUTRITION

Ce chapitre décrit les différentes approches conceptuelles et méthodologiques qui constituent les piliers à partir desquels se batissent le Plan Stratégique National Multisectoriel de Communication en Nutrition afin d'appuyer le Plan National Stratégique Multisectoriel de Nutrition et d'aborder les aspects de communication sur le changement social et de comportement appropriés.

1. Vision

La stratégie de CSC va contribuer à réaliser la vision du Plan Stratégique National Multisectoriel de Communication en Nutrition : « un pays où chaque individu jouit d'un état nutritionnel satisfaisant afin de participer pleinement au développement d'un Congo émergent ».

En d'autres termes, la vision de la stratégie de CSC est que « Chaque Congolais participe activement à l'amélioration de son état nutritionnel et celui de son entourage direct et éloigné de manière durable en adoptant des comportements et des pratiques favorables à la promotion de la nutrition ainsi qu'au dépistage et à la prise en charge intégrée de la malnutrition ».

2. Principes

L'élaboration de cette stratégie tient impérativement compte des principes directeurs qui résultent notamment de l'analyse de la situation. La politique gouvernementale en matière de nutrition en RDC composée par son cadre stratégique et opérationnel constitue une source d'inspiration incontournable. Ce Plan Stratégique tient compte :

- De la promotion de l'égalité des sexes, de l'équité et des droits humains dans les interventions de communication afin de combattre l'inéquité et les inégalités entre filles et garçons, femmes et hommes et d'influencer les comportements sociaux ;
- Des intérêts et de la participation des personnes les plus vulnérables et les plus défavorisées de la société dont les femmes enceintes et les enfants âgés de moins de 5 ans ;
- Du contexte socioculturel, linguistique et religieux du pays. Il influence inévitablement les pratiques familiales et communautaires en matière de nutrition. Les valeurs sociales, les normes, les connaissances, attitudes, pratiques et comportements ainsi que les modes de communication rentrent dans ce contexte. La pauvreté et le statut socio-économique des différentes couches de la population du pays constituent un déterminant important à considérer ;
- De la coopération régionale et internationale est un facteur important pour réussir la promotion de la nutrition et l'élimination de la malnutrition. La promotion de la participation des différents acteurs intervenant dans la nutrition est une garantie de la responsabilisation et de l'appropriation des parents d'enfants, des prestataires de services, des familles, des communautés, des organisations locales et internationales, des différents leaders pour résoudre des problèmes liés à la nutrition ;

- De la nutrition est au cœur du développement de la RDC passe par la décentralisation, la collaboration intra et intersectorielle et le partenariat pour créer une synergie fondée sur une approche participative et intégrée ;
- De la prise en compte des données qualitatives et quantitatives de nature sociale et comportementale pour planifier les différentes interventions pour la promotion de la nutrition axées sur les résultats.
- De la collaboration inter sectorielle, intra sectorielle, l'approche intégrée et coordonnée ainsi que le partenariat font aussi partie des orientations incontournables pour élaborer une stratégie de CSC pour la nutrition.

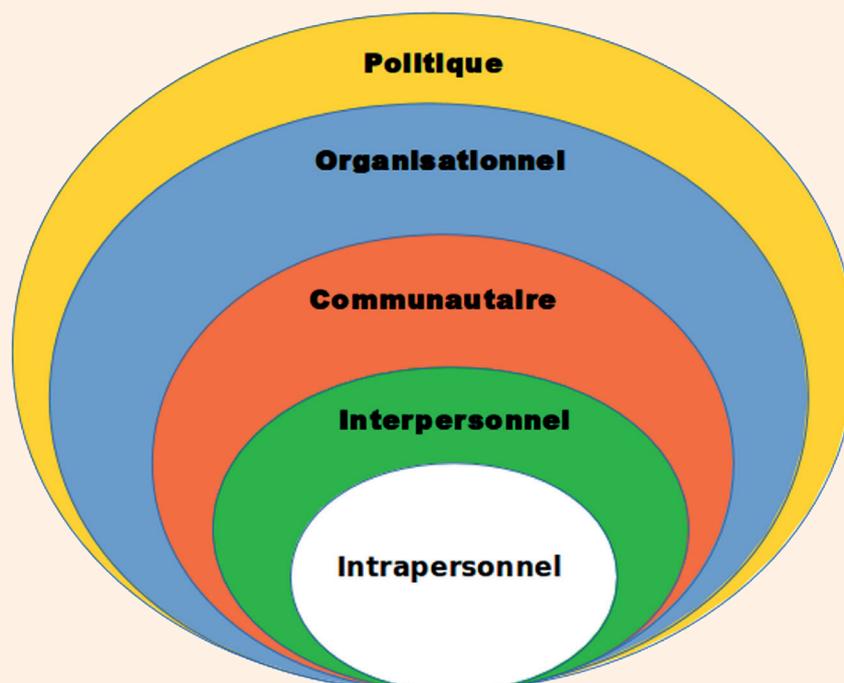
3. Fondements théoriques et méthodologiques

3.1. Cadre conceptuel

L'analyse de la situation de la CSC pour la nutrition en RDC a conclu à l'inexistence d'un cadre théorique unique de référence à partir duquel s'élaborent toutes les interventions de communication pour la nutrition. Ainsi, le présent cadre conceptuel est composé par la combinaison du modèle socio-écologique et du modèle de planification, de mise en œuvre et de suivi-évaluation en promotion de la santé. Il s'agit du modèle « Processus-P » (Health Communication Capacity Collaborative, Novembre 2013).

3.2. Modèle théorique : Modèle du changement social et de comportement

L'élaboration de ce plan s'est basée sur le modèle de changement social et comportemental. Le concept de changement de comportement pouvant être interprété de plusieurs façons. Cet essai se base sur la définition présentée par PROCHASKA et VELICER (1997) : « la transition entre différentes étapes comportementales où l'individu doit surmonter de formes spécifiques de résistance ». Ceci nous renvoie à une progression à travers certains stades et que chacun comporte des défis à surmonter pour éventuellement atteindre un changement. Dans cette perspective, le modèle de changement social et de comportement a été repartitionné en deux grandes catégories expliquant les différentes étapes menant au changement et justifie les variables (facteurs déterminants) influençant la transition d'une étape à une autre. Il s'agit donc ici d'une répartition des facteurs selon le modèle socio-écologique (oignon).



Les facteurs déterminants pouvant influencé le comportement sont regroupés en 5 groupes :

- (i) **Facteurs intra personnels** : connaissances, attitudes, image de soi et compétences ;
- (ii) **Facteurs inter personnels** : relations et systèmes d'appui social, y compris la famille, le travail et les amis ;
- (iii) **Facteurs communautaires** : relations entre organisations ;
- (iv) **Facteurs liés aux institutions sociales et leurs normes et procédures** ;
- (v) **Politiques au niveau local, régional et national.**

Cette stratégie va concerner tous les niveaux :

- Individuel,
- Réseaux sociaux,
- Communauté et Société.

3.3. Cadre méthodologique : Processus d'élaboration de la stratégie

L'élaboration du PSNMCN s'est inspirée du Processus-P qui est un outil de planification de programmes de communication stratégique pour la sante en se basant sur les évidences. (Health Communication Capacity Collaborative, Novembre 2013). Le processus P définit de grandes lignes à suivre et recommande l'implication des acteurs clés et bénéficiaires des interventions de cheminer ensemble étape par étape dès la conception jusqu'à l'évaluation de l'impact.

Le processus — P comporte cinq étapes (figure 2) qui sont :

- **Analyse** : elle s'est basée sur la matrice « poisson » à l'aide d'une revue documentaire.
- **Conception stratégique** : six objectifs comportementaux ont été retenus afin de remédier aux problèmes comportementaux identifiés lors de ces différentes analyses.
- **Élaboration et pré-test** : la stratégie a été élaboré et déterminer les orientations par rapport au développement des interventions à mener, matériels, supports ainsi que le pré-test.
- **Mise en œuvre et suivi** : la mise en place du cadre de performance et un comité de coordination des activités.
- **Évaluation et évolution** : les indicateurs de résultats ont été retenus sur base des différentes stratégies de nutrition.

Ces cinq étapes reposent sur trois concepts interdépendants, à savoir la théorie de la Communication pour le changement social et comportemental, la participation des parties concernées et le renforcement continu des capacités.

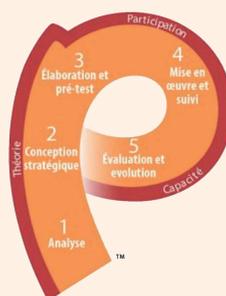


Figure 1. Processus-P (Health Communication Capacity Collaborative, Novembre 2013)

- Lors de l’atelier d’élaboration du PSNMCN, nous avons pris en considération les deux premières étapes du Processus — P, entre autres l’analyse et la conception stratégique. Ces étapes ont pris en compte :
- L’analyse de la situation qui a descellé les perceptions, attitudes, croyances et comportements des populations concernées ;
- La description des aspects du problème des communications qui ne peuvent être résolus qu’à travers les interventions de communication ;
- La segmentation des groupes prioritaires spécifiques avec lesquels le PSNMCN ;
- L’assignation des objectifs de communication à atteindre ;
- Le consensus autour des approches de communication ;
- Le choix des supports et canaux de communications.

Ceci prend les perspectives des définir le changement de santé et de bien-être selon leur stade particulier de la vie. Cette manière de faire permet au programme de canaliser les ressources et les efforts de promotion de la nutrition, de se focaliser sur les actions prioritaires et cibler les personnes clés autrement dit prioriser ce qui est plus pertinent aux individus.

Le PNDS édition 2016 s’est déjà penché sur cette question et a regroupé les audiences conformément à la pyramide sanitaire de la RDC. Les audiences sont regroupées en 5 catégories :

- Le groupe des influenceurs qui comprend les décideurs à tous les niveaux de la pyramide sanitaires ;
- Les législateurs du niveau central et intermédiaire ;
- Les acteurs de la société civile ;
- Les financeurs ou bailleurs de fonds ;
- Les acteurs du secteur privé ;

En plus de cette classification, la segmentation se réfère aussi aux étapes majeures de la vie et groupes d’influence communautaire qui sont :

- Les jeunes couples mariés ;
- Les parents d’enfants de moins de 5 ans ;
- Les parents d’enfants les plus âgés ;
- Les enfants scolarisés
- Les adolescents et adolescentes ;
- Les femmes en âge de procréer ;
- Les femmes enceintes;
- Les accouchées et femmes allaitantes ;
- Les maris et pères des femmes enceintes, accouchées et allaitantes ;
- Les hommes adultes ;
- Les chefs des ménages ;
- Les tradi-therapeutes ;
- Les prestataires de soins tant du niveau communautaire que clinique ;
- La communauté.

Cette segmentation fournit une autre opportunité, celle du changement significatif dans la vie des populations. Elle est marquée par des événements cruciaux comme la naissance, l’obtention du diplôme, le mariage et premier emploi, entre autres. Elle sert de moments d’apprentissage où les gens deviennent ouverts à l’adoption de nouveaux comportements ou changer les pratiques néfastes.

3.4. Positionnement global

L'approche du changement social et de comportement est une approche stratégique de la CCSC qui suit un processus systématique pour analyser un problème afin de définir les principaux obstacles et facteurs de motivation en faveur du changement. Elle permet de concevoir et de mettre en œuvre un ensemble exhaustif d'interventions visant à soutenir et à encourager les comportements positifs. Une stratégie de communication sert de guide pour les interventions en matière de CCSC, en veillant à définir les objectifs de communication, à identifier les cibles concernées et à déterminer des messages cohérents pour tous les matériaux et les activités.

Les programmes de CCSC efficaces utilisent différents canaux de communication pour atteindre les cibles que sont les femmes, les hommes, les adolescents, les agents de santé, les religieux et les communautés dirigeantes, enseignants, chefs d'entreprise, politiciens, etc. Ils peuvent jouer un rôle actif dans la création d'un environnement propice au bien-être.

Dans cette approche, les principaux acteurs se réunissent et discutent activement des problèmes de santé, surtout de nutrition et identifient des solutions à prendre en reconnaissant que le bien-être de la famille, de la communauté et du pays peuvent ne peut se réaliser que si tout le monde travaille pour un objectif commun. Le positionnement de cette stratégie de communication en nutrition reflète la compréhension et les aspirations du public en matière de communication en santé et le bien-être basé sur des évidences.

Ce positionnement informera et guidera les messages et interventions ciblées sur les publics primaires, secondaire ainsi que les principaux intervenants et influenceurs.

CHAPITRE II. ANALYSE COMPORTEMENTALE DANS LE SECTEUR DE NUTRITION EN RDC

Ce chapitre décrit le diagnostic comportemental de la population en rapport avec la nutrition sur base des résultats des enquêtes et des recherches formatives. Les problèmes identifiés selon le modèle socio-écologique aideront à formuler les objectifs comportementaux et de communication du plan de communication selon chaque axe stratégique.

Comportement actuel	Comportement souhaité	Barrières
Audience cible : mères des jeunes enfants		
Le refus d'allaiter l'enfant dans l'heure qui suit l'accouchement	Les mères allaitent leurs nouveau-nés dans l'heure qui suit l'accouchement	Manque de la bonne information, grossesse indésirable, grossesse précoce
Les mères allaitent les enfants sans se laver correctement les mains	Les mères se lavent correctement les mains avant d'allaiter les enfants	Manque de la bonne information, inaccessibilité à l'eau, négligence
Les mères donnent les aliments sans respecter les règles d'hygiène.	Les mères respectent les règles d'hygiène pour donner les aliments	Manque des connaissances, négligence
Les mères donnent leurs enfants autre chose que du lait maternel avant l'âge de 6 mois	Les mères des jeunes enfants pratiquent l'allaitement maternel jusqu'à l'âge de 6 mois	Manque de la bonne information
Les mères n'allaitent pas leurs enfants jusqu'à l'âge de 24 mois	Les mères de jeunes enfants pratiquent l'allaitement maternel continu (0 à 24 mois)	Manque de la bonne information
Les mères et les enfants ne consomment pas des aliments diversifiés et riches en micronutriments	Les mères et les enfants consomment des aliments diversifiés et riches en micronutriments	Manque de la bonne information
micronutriments		
Les mères n'adoptent pas de bonnes pratiques d'alimentation de complément pour leurs jeunes enfants âgés de 6-24 mois	Les mères n'adoptent pas de bonnes pratiques d'alimentation de complément pour leurs jeunes enfants âgés de 6-24 mois (alimentation de complément adéquat)	Manque de la bonne information
Les mères n'amènent pas leurs enfants à la CPSr	Les mères amènent leurs enfants à la CPSr	Manque d'informations
Les mères n'amènent pas leurs enfants à la CPSr jusqu'à l'âge de 59 mois	Les mères amènent leurs enfants à la CPSr jusqu'à l'âge de 59 mois	Les mamans confondent la CPSr avec la vaccination
		Manque d'information

Comportement actuel	Comportement souhaité	Barrières
Les mères n'amènent pas leurs enfants malnutris dans les structures des soins pour une prise en charge adéquate.	Les mères des jeunes enfants (0 à 59 mois) reconnaissent les signes de la malnutrition et amènent leurs enfants malnutris aux structures des soins pour une prise en charge adéquate.	Mythes et us
		Manque d'information
Les mères n'amènent pas leurs enfants malnutris dans les structures des soins pour une prise en charge adéquate jusqu'à la guérison complète.	Les mères des jeunes enfants (0 à 59 mois) reconnaissent les signes de la malnutrition et amènent leurs enfants malnutris aux structures des soins pour une prise en charge adéquate jusqu'à la guérison complète.	Mythes et us, Manque d'informations
Audience cible : femmes enceintes et allaitantes		
Les femmes enceintes et allaitantes présentent la malnutrition, le surpoids et l'obésité	Les femmes enceintes et allaitantes mangent de la nourriture riche en protéines et en micronutriments (qui inclut des fruits et légumes frais, etc.) ainsi que réduisent leur consommation des matières grasses, de sucre et de sel par jour pour combattre et prévenir la malnutrition, le surpoids et l'obésité	Manque de la bonne information
Les femmes enceintes ne participent pas à toutes les séances de la CPN	Les femmes enceintes participent à toutes les séances de la CPN	Manque de la bonne information
Les femmes allaitantes ne participent pas à toutes les séances de la CPoN	Les femmes allaitantes participent à toutes les séances de la CPoN	Manque de la bonne information
Les femmes enceintes et allaitantes ne consomment pas les multi micronutriments.	Les femmes enceintes et allaitantes consomment les multi micronutriments pour couvrir leurs besoins nutritionnels	Manque de la bonne information
Audience cible : maris et pères		
Les pères et maris interdisent les femmes enceintes, les femmes allaitantes et les mères des jeunes enfants à adopter les comportements favorables à la nutrition	Les pères et maris soutiennent les femmes enceintes, femmes allaitantes et mères des jeunes enfants à adopter les comportements favorables à la nutrition	Manque de la bonne information
Audience cible : grand-mères et familles		

Comportement actuel	Comportement souhaité	Barrières
Les grands-mères et les familles déconseillent les femmes enceintes, femmes allaitantes et mères des jeunes enfants à adopter les comportements favorables à la nutrition	Les grands-mères et les familles soutiennent les femmes enceintes, femmes allaitantes et mères des jeunes enfants à adopter les comportements favorables à la nutrition	Mythes et croyances ; rumeurs ; manque de la bonne information
Audience cible : femmes en âge de procréer		
Les femmes en âge de procréer présentent la malnutrition, le surpoids et l'obésité	Les femmes en âge de procréer mangent de la nourriture riche en protéines et micronutriments qui inclut des fruits et légumes frais, réduisent leur consommation des matières grasses, de sucre, de sel et pratique de l'exercice physique au moins 30 minutes par jour pour combattre et prévenir le surpoids et l'obésité	Manque de connaissances
Audience cible : hommes adultes		
Les hommes adultes présentent la malnutrition, le surpoids et l'obésité	Les hommes adultes mangent de la nourriture riche en protéines et micronutriments qui inclut des fruits et légumes frais, réduisent leur consommation des matières grasses, de sucre, de sel et pratique de l'exercice physique au moins 30 minutes par jour pour combattre et prévenir la malnutrition, le surpoids et l'obésité	Manque de connaissances
Audience cible : adolescents et adolescentes		
Les adolescents et adolescentes présentent la malnutrition, le surpoids et l'obésité	Les adolescents et adolescentes mangent de la nourriture riche en protéines et micronutriments qui inclut des fruits et légumes frais, réduisent leur consommation des matières grasses, de sucre, de sel et pratique de l'exercice physique au moins 30 minutes par jour pour combattre et prévenir la malnutrition, le surpoids et l'obésité	Manque de connaissances
Audience cible : Leaders religieux et communautaires		

Comportement actuel	Comportement souhaité	Barrières
La communauté n'adopte pas les comportements favorables à la nutrition	Les leaders religieux et communautaires soutiennent les membres de la communauté à adopter les comportements favorables à la nutrition	Mythes et croyances, manque de la bonne information
Audience cible : Associations		
Audience cible : Associations		
Les associations déconseillent les femmes enceintes et mères allaitantes à adopter les comportements favorables à la nutrition	Les associations se mobilisent pour encourager les femmes enceintes et mères de jeunes enfants à adopter les comportements favorables à la nutrition	Mythes et croyances, manque de la bonne information
Audience cible : Prestataires, Relais communautaires et Tradi-therapeute		
Les tradi-therapeutes interdisent les femmes enceintes et mères des jeunes enfants à adopter les comportements favorables à la nutrition	Les tradi-praticiens pratiquent et font la promotion des comportements favorables à la nutrition	Manque de connaissances
Les prestataires ne conseillent pas les femmes enceintes et mères des jeunes enfants à adopter les comportements favorables à la nutrition	Les prestataires de santé conseillent la communauté à adopter les comportements favorables à la nutrition	Insuffisance de connaissances, de formation et de maîtrise des techniques de counseling Mobilité du personnel
Les relais communautaires ne conseillent pas les femmes enceintes et mères des jeunes enfants à adopter les comportements favorables à la nutrition	Les relais communautaires conseillent la communauté à adopter les comportements favorables à la nutrition	Insuffisance de connaissances, de formation et de maîtrise des techniques de counseling Mobilité du personnel Insuffisance d'équipement
Audience cible : Parlement		
Aucune loi n'existe en faveur de la nutrition	Le Parlement adopte des lois pour soutenir la politique nationale de nutrition en RDC	Méconnaissance de l'impact de la nutrition sur la santé des populations
Faible enveloppe allouée à la nutrition en RDC	Le Parlement s'assure de l'augmentation des ressources financières allouées à la nutrition	Manque d'intérêt pour les questions de nutrition

Comportement actuel	Comportement souhaité	Barrières
Aucun fonds disponible pour la nutrition	Le Parlement fait le suivi du budget alloué à la nutrition	Méconnaissance de l'impact de la nutrition sur la santé des populations
Audience cible : Gouvernement		
Les ministères techniques ne connaissent pas les avantages des comportements favorables à la nutrition	Les ministères techniques intègrent le cadre commun de résultats pour la nutrition dans leurs plans stratégiques	Manque d'intérêt pour la nutrition
Le coût de passage des messages sur la santé est trop élevé, pourtant il y a un grand besoin de communiquer à plus grande échelle à propos de la nutrition pour améliorer la situation	La Révision des coûts de passage des messages pour la santé par le ministère de la communication et médias	Manque de connaissance sur l'importance du passage des messages de nutrition à travers les médias
La nutrition n'est pas une priorité du gouvernement	Le gouvernement fait de la nutrition une de ses priorités	Manque de connaissance de l'importance de nutrition
Faible budget alloué à la nutrition	Augmentation du budget alloué à la nutrition	Manque de connaissance de l'importance de nutrition
Audience cible : Institutions, Organisations et entreprises		
Diffusion des publicités s'opposant aux comportements favorables de nutrition	Les Institutions, Organisations et Entreprises adoptent des comportements favorables à la nutrition	Manque d'information sur l'importance de nutrition
Audience cible : Partenaires du développement		
Duplication des activités	Les partenaires du développement (bailleurs des fonds) apportent leurs appuis financiers et techniques de manière coordonnée	Insuffisance de coordination de la partie nationale
La nutrition n'est pas une priorité pour les partenaires du développement	Les partenaires du développement alignent leur appui financier et technique aux priorités nationales en nutrition	Défaut d'alignement sur les priorités nationales
Audience cible : Médias		
Faible couverture médiatique des interventions de nutrition	Les patrons et les professionnels des médias augmentent le nombre et améliorent la qualité ainsi que précision des reportages sur les problèmes de nutrition	Méconnaissance de la problématique de la nutrition en RDC
Les coûts des productions concernant la nutrition sont très élevés	Les patrons et les professionnels des médias rendent accessible les coûts des productions concernant la nutrition	Inaccessibilité du coût des produits de médias

CHAPITRE III. PLAN DE COMMUNICATION SPÉCIFIQUE AUX COMPORTEMENTS DANS LE SECTEUR DE NUTRITION EN RDC

Le diagnostic réalisé ci-haut a permis de relever les comportements à problème par rapport aux comportements souhaités et les barrières qui en découlent. De ces comportements à problèmes, ont été formulés les objectifs comportementaux ci-après selon le modèle socioécologique :

Axe Stratégique 1 : Renforcer le plaidoyer, la politique et la réglementation

- **Objectif Spécifique 1.1** : Mener le plaidoyer auprès des décideurs et parlementaires pour l'adoption, la mise en œuvre et le suivi des politiques et lois en faveur de l'appui à la nutrition

<p>Objectif Comportemental 1.1.1.</p> <p>D'ici 2030, 15% des parlementaires plaideront pour l'adoption, la mise en œuvre et le suivi des lois et politiques en faveur des interventions de nutrition (Spécifiques et sensibles) dans le cadre de la multisectorialité au niveau du parlement.</p>	<p>Public prioritaire : parlementaires (députés et sénateurs), administratifs du parlement</p>
	<p>Public secondaire : membres du gouvernement</p>
	<p>Public tertiaire : membres de la présidence</p>
	<p>Objectif de connaissance : augmenter de 25 % le taux des parlementaires qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Objectif d'attitude : augmenter de 20% le taux des parlementaires qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Objectif de pratique : augmenter de 15 % le taux des parlementaires qui plaident pour l'adoption, la mise en œuvre et le suivi des lois et politiques en faveur de la nutrition d'ici 2030..</p>
	<p>Avantages clés :</p> <p>Amélioration de la situation socioéconomique du pays</p> <p>Réduction du taux de mortalité et morbidité infantile-juvénile et maternelle</p> <p>Réduction du taux de décès causés par les maladies liées à l'alimentation</p>
<p>Points de support : engagement des acteurs qui doivent sensibiliser les parlementaires sur l'importance de la nutrition.</p>	

<p>Objectif Comportemental 1.1.2.</p> <p>D'ici 2030, 80% des membres du gouvernement fassent de la nutrition une priorité et intègrent le cadre commun de résultats pour la nutrition dans les différents plans stratégiques</p>	<p>Public prioritaire : membres du gouvernement</p>
	<p>Public secondaire : parlementaires (députés et sénateurs)</p>
	<p>Public tertiaire : membres de la présidence</p>
	<p>Objectif de connaissance : augmenter de 90 % le taux des membres du gouvernement qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Objectif d'attitude : augmenter de 85% le taux des membres du gouvernement qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Objectif de pratique : augmenter de 80% le taux des membres du gouvernement qui plaident en faveur des lois, politiques et accroissement de l'enveloppe budgétaire allouée aux interventions de nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Avantages clés :</p> <ul style="list-style-type: none"> Amélioration de la situation socioéconomique du pays Réduction du taux de mortalité et morbidité infanto-juvénile et maternelle Réduction du taux de décès causés par les maladies liées à l'alimentation
	<p>Points de support : engagement des acteurs qui doivent sensibiliser les membres du gouvernement sur l'importance de la nutrition.</p>

➤ **Objectif spécifique 1.2** : Créer un environnement national favorable a la nutrition

<p>Objectif Comportemental 1.2.1.</p> <p>D'ici 2030, Rendre fonctionnel 20% des comités multisectoriels sur Sécurité Alimentaire et Nutritionnelle en faveur des interventions de nutrition sur toute l'étendue du pays</p>	<p>Public prioritaire : membres du comité multisectoriel</p>
	<p>Public secondaire : membres du gouvernement</p>
	<p>Public tertiaire : parlementaires</p>
	<p>Objectif de connaissance : augmenter de 30 % le taux des membres du comité multisectoriel qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.</p> <p>Objectif d'attitude : augmenter de 25% le taux des membres du comité multisectoriel qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.</p> <p>Objectif de pratique : augmenter de 20 % le taux des membres du comité multisectoriel qui participent dans des reunions du comité multisectoriel de securité alimentaire et nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Avantages clés :</p> <p>Amélioration de la situation socioeconomique du pays</p> <p>Réduction du taux de mortalité et morbidité infanto-juvenile et maternelle</p> <p>Réduction du taux de decès causés par les maladies liées à l'alimentation</p>
<p>Points de support : engagement des acteurs qui doivent sensibiliser les membres du comité multisectoriel sur l'importance de la nutrion.</p>	

Axe Strategique 2 : Renforcer la mobilisation institutionnelle

- **Objectif spécifique 2.1** : Mobiliser et sensibiliser les institutions, organisations et les entreprises (employeurs)

<p>Objectif Comportemental 2.1.1.</p> <p>D’ici 2030, 15% des employeurs des institutions, organisations et entreprises promouvront les interventions de nutrition à tous les niveaux</p>	<p>Public prioritaire : employeurs des entreprises, des organisations et des institutions</p>
	<p>Public secondaire : patrons des entreprises, des organisations et des institutions</p>
	<p>Public tertiaire : prestataires de santé oeuvrant dans les institutions</p>
	<p>Objectif de connaissance : augmenter de 25 % le taux des employeurs des entreprises, des organisations et des institutions qui connaissent l’importance de la nutrition d’ici 2030.</p> <p>Objectif d’attitude : augmenter de 20% le taux des employeurs des entreprises, des organisations et des institutions qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d’ici 2030.</p> <p>Objectif de pratique : augmenter de 15 % le taux des employeurs des entreprises, des organisations et des institutions qui adoptent les interventions de nutrition d’ici 2030.</p>
	<p>Avantages clés :</p> <ul style="list-style-type: none"> – Amélioration de la situation socioeconomique du pays – Réduction du taux de mortalité et morbidité infanto-juvenile et maternelle – Réduction du taux de décès causés par les maladies liées à l’alimentation
	<p>Points de support : engagement des prestataires qui doivent sensibiliser les membres des organisations, institutions et entreprises sur l’importance de la nutrition.</p>

➤ **Objectif spécifique 2.1 : Mobiliser et sensibiliser les institutions, organisations et les entreprises (employeurs)**

<p>Objectif Comportemental 2.1.2.</p> <p>D'ici 2030, 15% des membres des structures des secteurs mediati-ques et de telecommunication promouvoir-ront les interventions de nutrition à tous les niveaux</p>	<p>Public prioritaire : membres des structures des secteurs mediati-ques</p>
	<p>Public secondaire : responsables des structures des secteurs mediati-ques</p>
	<p>Public tertiaire : decideurs politicoadministratifs</p>
	<p>Objectif de connaissance : augmenter de 25 % le taux membres des structures des secteurs mediati-ques qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.</p> <p>Objectif d'attitude : augmenter de 20% le taux des mem-bres des structures des secteurs mediati-ques qui per-çoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.</p> <p>Objectif de pratique : augmenter de 15 % le ta ux membres des structures des secteurs mediati-ques qui pratiquent les inter-ventions de nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Avantages clés :</p> <p>Amélioration de la situation socioeconomique du pays</p> <p>Réduction du taux de mortalité et morbidité infanto-juvenile et maternelle</p> <p>Réduction du taux de decès causés par les maladies liées à l'ali-mentation</p>
	<p>Points de support : engagement des acteurs qui doivent sensi-biliser les membres des structures des secteurs mediati-ques sur l'importance de la nutr-tion.</p>

- **Objectif spécifique 2.2.** Mobiliser et sensibiliser les associations (femmes, jeunes, hommes, etc.)

<p>Objectif Comportemental 2.2.1. D'ici 2030, 15% d'associations accompagnent les interventions de nutrition sur toute l'étendue du pays</p>	<p>Public prioritaire : membres des associations</p>
	<p>Public secondaire : responsables des associations</p>
	<p>Public tertiaire : décideurs politicoadministratifs</p>
	<p>Objectif de connaissance : augmenter de 25 % le taux des membres des associations qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Objectif d'attitude : augmenter de 20% le taux des membres des associations qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Objectif de pratique : augmenter de 15 % le taux des membres des associations qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Avantages clés :</p> <ul style="list-style-type: none"> Amélioration de la situation socioéconomique du pays Réduction du taux de mortalité et morbidité infanto-juvénile et maternelle Réduction du taux de décès causés par les maladies liées à l'alimentation
	<p>Points de support : engagement des acteurs qui doivent sensibiliser les membres des associations sur l'importance de la nutrition.</p>

Axe Stratégique 3 : Renforcer la mobilisation sociale et médiatique

- **Objectif spécifique 3.1.** Mobiliser et sensibiliser les publics et les jeunes à travers l'engagement des champions

<p>Objectif Comportemental 3.1.2. D'ici 2030, 15% des publics véhiculent les bonnes informations en faveur des interventions de nutrition</p>	<p>Public prioritaire : publics</p>
	<p>Public secondaire : leaders communautaires</p>
	<p>Public tertiaire : décideurs politico-administratifs</p>
	<p>Objectif de connaissance : augmenter de 25 % le taux des publics qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.</p> <p>Objectif d'attitude : augmenter de 20% le taux des publics qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.</p> <p>Objectif de pratique : augmenter de 15 % le taux des publics qui adoptent les interventions de la nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Avantages clés :</p> <p>Amélioration de la situation socioéconomique du pays</p> <p>Réduction du taux de mortalité et morbidité infanto-juvénile et maternelle</p> <p>Réduction du taux de décès causés par les maladies liées à l'alimentation</p>
	<p>Points de support : engagement des acteurs qui doivent sensibiliser les publics sur l'importance de la nutrition.</p>

➤ **Objectif spécifique 3.2.** Mobiliser et sensibiliser les journalistes et les autres professionnels des médias

<p>Objectif Comportemental 3.2.1. D'ici 2030, 15% des journalistes et des autres professionnels de medias véhiculent les bonnes informations sur les interventions de nutrition</p>	<p>Public prioritaire : des journalistes et les autres professionnels</p>
	<p>Public secondaire : patrons des medias</p>
	<p>Public tertiaire : membres du ministère de communication</p>
	<p>Objectif de connaissance : augmenter de 25 % le taux des des journalistes et les autres professionnels qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Objectif d'attitude : augmenter de 20% le taux des des journalistes et les autres professionnels qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Objectif de pratique : augmenter de 15 % le taux des journalistes et les autres professionnels qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Avantages clés :</p> <ul style="list-style-type: none"> Amélioration de la situation socioeconomique du pays Réduction du taux de mortalité infanto-juvenile et mater-nelle Réduction du taux de decès causés par les maladies liées à l'alimentation
	<p>Points de support : engagement des acteurs qui doivent sensibiliser les journalistes et les autres professionnels sur l'importance de la nutrtrion.</p>

Axe stratégique 4 : Assurer le renforcement des systèmes (santé et secteurs sensibles à la nutrition) et des capacités des agents (santé et secteurs sensibles à la nutrition) dans les formations sanitaires et communautés.

- **Objectif spécifique 4.1.** Améliorer les compétences des prestataires en communication en faveur des interventions de nutrition (sensibles et spécifiques)

<p>Objectif Comportemental 4.1.2. D'ici 2030, 15% des prestataires encadreront les populations à pratiquer les interventions de la nutrition</p>	<p>Public prioritaire : prestataires</p>
	<p>Public secondaire : décideurs politico-administratifs des institutions</p>
	<p>Public tertiaire : membres du gouvernement</p>
	<p>Objectif de connaissance : augmenter de 25 % le taux des prestataires qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Objectif d'attitude : augmenter de 20% le taux des prestataires qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Objectif de pratique : augmenter de 15 % le taux des prestataires qui pratiquent les interventions de nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Avantages clés :</p> <ul style="list-style-type: none"> Amélioration de la situation socioéconomique du pays Réduction du taux de mortalité infanto-juvénile et maternelle Réduction du taux de décès causés par les maladies liées à l'alimentation
	<p>Points de support : engagement des acteurs qui doivent sensibiliser les prestataires.</p>

- **Objectif spécifique 4.2.** Appuyer les institutions et les communautés en matériels équipements et outils nécessaires pour la bonne mise en œuvre des activités de communication

<p>Objectif Comportemental 4.2.1.</p> <p>D'ici 2030, 15% des institutions et communautés posséderont des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition</p>	Public prioritaire : des décideurs politico-administratifs des institutions
	Public secondaire : membres du gouvernement
	Public tertiaire : partenaires de développement, parlementaires et présidence de la république
	Objectif de connaissance : augmenter de 25 % le taux des décideurs politico-administratifs des institutions et communautés qui connaissent l'importance des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition d'ici 2030.
	Objectif d'attitude : augmenter de 20% le taux des décideurs politico-administratifs des institutions et communautés qui perçoivent l'importance des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition d'ici 2030.
	Objectif de pratique : augmenter de 15 % le taux des décideurs politico-administratifs des institutions et communautés qui adoptent des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition d'ici 2030.
	Avantages clés : Amélioration de la situation socioéconomique du pays Réduction du taux de mortalité infanto-juvénile et maternelle Réduction du taux de décès causés par les maladies liées à l'alimentation
Points de support : engagement des acteurs qui doivent sensibiliser les décideurs sur l'importance de la nutrition.	

Axe stratégique 5 : Renforcer la mobilisation et l'engagement des communautés

- **Objectif spécifique 5.1.** Mobiliser et renforcer les perceptions et les capacités des acteurs communautaires

<p>Objectif comportemental 5.1.1. D'ici 2030, 15% des acteurs communautaires encadrent les populations à adopter les interventions de nutrition</p>	Public prioritaire : des acteurs communautaires
	Public secondaire : des décideurs politico-administratifs
	Public tertiaire : membres du gouvernement, parlementaires, partenaires de développement
	Objectif de connaissance : augmenter de 25 % le taux des acteurs communautaires qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.
	Objectif d'attitude : augmenter de 20% le taux des acteurs communautaires qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.
	Objectif de pratique : augmenter de 15 % le taux des acteurs communautaires qui pratiquent les interventions de nutrition d'ici 2030.
	Avantages clés : Amélioration de la situation socioéconomique du pays Réduction du taux de mortalité infanto-juvénile et maternel Réduction du taux de décès causés par les maladies liées à l'alimentation
	Points de support : engagement des prestataires qui doivent sensibiliser les acteurs de communautés sur l'importance de la nutrition.

➤ **Objectif Spécifique 5.2.** Mobiliser et renforcer les perceptions et les capacités des ménages

<p>Objectif comportemental 5.2.1. D'ici 2030, 15% des ménages pratiquent les interventions de nutrition</p>	<p>Public prioritaire : membres du ménages</p>
	<p>Public secondaire : décideurs politico-administratifs</p>
	<p>Public tertiaire : membres du gouvernement, parlementaires, partenaires de développement</p>
	<p>Objectif de connaissance : augmenter de 25 % le taux des ménages qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Objectif d'attitude : augmenter de 20% le taux des ménages qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Objectif de pratique : augmenter de 15 % le taux des ménages qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Avantages clés :</p> <ul style="list-style-type: none"> Amélioration de la situation socioéconomique du pays Réduction du taux de mortalité infanto-juvénile et maternel Réduction du taux de décès causés par les maladies liées à l'alimentation
	<p>Points de support : engagement des prestataires qui doivent sensibiliser les ménages sur l'importance de la nutrition.</p>

- **Objectif Spécifique 5.3.** Renforcer l'engagement de différents groupes en tant que structure autogérée sur la thématique.

<p>Objectif comportemental 5.3.1.</p> <p>D'ici 2030, 15% des différents groupes thématiques véhiculent les informations sur les interventions de nutrition</p>	Public prioritaire : des membres des différents groupes thématiques
	Public secondaire : prestataires, acteurs communautaires
	Public tertiaire : partenaires de développement, décideurs politico-administratifs
	<p>Objectif de connaissance : augmenter de 25 % le taux des membres des différents groupes thématiques qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.</p> <p>Objectif d'attitude : augmenter de 20% le taux des membres des différents groupes thématiques qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.</p> <p>Objectif de pratique : augmenter de 15 % le taux des membres des différents groupes thématiques qui pratiquent les interventions de nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Avantages clés :</p> <p>Amélioration de la situation socioéconomique du pays</p> <p>Réduction du taux de mortalité infanto-juvénile et maternelle</p> <p>Réduction du taux de décès causés par les maladies liées à l'alimentation</p>
	Points de support : engagement des prestataires qui doivent sensibiliser les membres des groupes thématiques sur l'importance de la nutrition.

- **Objectif spécifique 5.4.** Mobiliser et renforcer les perceptions, les capacités et la confiance des leaders communautaires

<p>Objectif Comportemental 5.4.1. D'ici 2030, 15% des leaders communautaires véhiculent les informations sur les interventions de nutrition</p>	<p>Public prioritaire : leaders communautaires</p>
	<p>Public secondaire : prestataires, acteurs communautaires</p>
	<p>Public tertiaire : décideurs politico-administratifs</p>
	<p>Objectif de connaissance : augmenter de 25 % le taux des leaders communautaires qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.</p> <p>Objectif d'attitude : augmenter de 20% le taux des leaders communautaires qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.</p> <p>Objectif de pratique : augmenter de 15 % le taux des leaders communautaires qui pratiquent les interventions de nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Avantages clés :</p> <p>Amélioration de la situation socioéconomique du pays</p> <p>Réduction du taux de mortalité infanto-juvénile et maternel</p> <p>Réduction du taux de décès causés par les maladies liées à l'alimentation</p>
	<p>Points de support : engagement des prestataires qui doivent sensibiliser les leaders communautaires sur l'importance de la nutrition.</p>

Axe stratégique 6 : Renforcer la mobilisation et l'engagement des familles

- **Objectif spécifique 6.1.** Mobiliser et renforcer les perceptions, les capacités et la confiance des membres des familles et des hommes

<p>Objectif Comportemental 6.1.1.</p> <p>D'ici 2030, 15% des familles accompagnent les adolescentes, les femmes en âge de procréer, les femmes enceintes, les femmes allaitantes et les mères des jeunes enfants à pratiquer les interventions de nutrition</p>	<p>Public prioritaire : grands-mères, belle-mères, frères, soeurs, tantes, oncles, ami(e)s, voisins, voisines, enfants en rupture avec la famille</p>
	<p>Public secondaire : prestataires, acteurs communautaires, membres du ministère du genre, famille et enfants</p>
	<p>Public tertiaire : leaders communautaires, décideurs politico-administratifs, membres de la société civile</p>
	<p>Objectif de connaissance : augmenter de 25 % le taux des familles qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.</p> <p>Objectif d'attitude : augmenter de 20% le taux des familles qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.</p> <p>Objectif de pratique : augmenter de 15 % le taux des familles qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Avantages clés :</p> <p>Amélioration de la situation socioéconomique du pays</p> <p>Réduction du taux de mortalité infanto-juvenile et maternel</p> <p>Réduction du taux de décès causés par les maladies liées à l'alimentation</p>
	<p>Points de support : engagement des prestataires qui doivent sensibiliser les familles sur l'importance de la nutrition.</p>

<p>Objectif Comportemental 6.1.2.</p> <p>D'ici 2030, 15% des hommes accompagnent les adolescentes, les femmes en âge de procréer, les femmes enceintes, les femmes allaitantes et les mères des jeunes enfants à pratiquer les interventions de nutrition</p>	<p>Public prioritaire : adolescents, hommes adultes, maris, pères, grands-pères, beaux-pères</p>
	<p>Public secondaire : prestataires, acteurs communautaires, membres du ministère du genre, famille et enfants</p>
	<p>Public tertiaire : leaders communautaires, décideurs politico-administratifs</p>
	<p>Objectif de connaissance : augmenter de 25 % le taux des hommes qui connaissent l'importance de la nutrition sur la santé de leur femmes et enfants d'ici 2030.</p> <p>Objectif d'attitude : augmenter de 20% le taux des hommes qui perçoivent les bénéfices de la nutrition sur la santé de leur femmes et enfants d'ici 2030.</p> <p>Objectif de pratique : augmenter de 15 % le taux des hommes qui adoptent les interventions de nutrition pour protéger la santé de la femme et de l'enfant d'ici 2030.</p>
	<p>Avantages clés :</p> <p>Amélioration de la situation socioéconomique du pays</p> <p>Réduction du taux de mortalité infanto-juvenile et maternel</p> <p>Réduction du taux de décès causés par les maladies liées à l'alimentation</p>
<p>Points de support : engagement des prestataires qui doivent sensibiliser les hommes de l'importance des interventions de nutrition sur la santé de la femme et de l'enfant.</p>	

Axe stratégique 7 : Renforcer l'engagement des adolescentes, femmes en âge de procréer femmes enceintes, femmes allaitantes, mères des jeunes enfants et gardiens d'enfants (moins des 5 ans)

- **Objectif spécifique 7.1.** Améliorer les perceptions, les capacités et la confiance des adolescentes, femmes en âge de procréer femmes enceintes, femmes allaitantes, mères des jeunes enfants et gardiens des jeunes enfants

<p>Objectif comportemental 7.1.1.</p> <p>D'ici 2030, augmenter de 15 % le taux des adolescentes qui pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)</p>	<p>Public prioritaire : Adolescentes,</p>
	<p>Public secondaire : familles et hommes , membres du ministère du genre, famille et enfants, membres du ministère des affaires sociales, membres du ministère de l'EPST</p>
	<p>Public tertiaire : Prestataires et agents communautaires, leaders religieux, leaders communautaires, leaders politiques et leaders d'opinion</p>
	<p>Objectif de connaissance : augmenter de 25 % le taux de adolescentes qui connaissent les avantages des interventions de nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Objectif d'attitude : augmenter de 20 % le taux des adolescentes qui perçoivent les bénéfices des interventions de nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Objectif de pratique : augmenter de 15 % le taux des adolescentes qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Avantages clés :</p> <p>Amélioration de la situation socioeconomique du pays</p> <p>Réduction du taux de mortalité infanto-juvenile et maternel</p> <p>Réduction du taux de décès causés par les maladies liées à l'alimentation</p>
	<p>Points de support : engagement des prestataires qui doivent sensibiliser les adolescentes sur l'importance des interventions de nutrition</p>

<p>Objectif comportemental 7.1.2.</p> <p>D'ici 2030, D'ici 2030, augmenter de 15 % le taux des femmes en age de pro-creeer qui pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)</p>	<p>Public prioritaire : femmes en age de procreer (FAP)</p>
	<p>Public secondaire : familles et hommes , membres du minitère du genre, famille et enfants, membres du ministère des affaires sociales</p>
	<p>Public tertiaire : Prestataires et agents communautaires, leaders religieux, leaders communautaires, leaders politiques et leaders d'opinion</p>
	<p>Objectif de connaissance : augmenter de 25 % le taux de FAP qui connaissent les avantages des interventions de nutrition d'ici 2030.</p> <p>Objectif d'attitude : augmenter de 20 % le taux des FAP qui perçoivent les bénéfices des interventions de nutrition d'ici 2030.</p> <p>Objectif de pratique : augmenter de 15 % le taux des FAP qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Avantages clés :</p> <p>Amélioration de la situation socioeconomique du pays</p> <p>Réduction du taux de mortalité infanto-juvenile et maternel</p> <p>Réduction du taux de decès causés par les maladies liées à l'alimentation</p>
<p>Points de support : engagement des prestataires qui doivent sensibiliser les femmes en âge de procreer sur l'importance des interventions de nutrition</p>	

<p>Objectif comportemental 7.1.3.</p> <p>D'ici 2030, augmenter de 15 % le taux des femmes enceintes et allaitantes qui pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)</p>	<p>Public prioritaire : femmes enceintes et allaitantes (FEFA)</p>
	<p>Public secondaire : familles et hommes, membres du ministère du genre, famille et enfants, membres du ministère des affaires sociales, membres du ministère des personnes vivant avec handicap</p>
	<p>Public tertiaire : Prestataires et agents communautaires, leaders religieux, leaders communautaires, leaders politiques et leaders d'opinion</p>
	<p>Objectif de connaissance : augmenter de 25 % le taux de FEFA qui connaissent les avantages des interventions de nutrition d'ici 2030.</p> <p>Objectif d'attitude : augmenter de 20 % le taux des FEFA qui perçoivent les bénéfices des interventions de nutrition d'ici 2030.</p> <p>Objectif de pratique : augmenter de 15 % le taux des FEFA qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Avantages clés :</p> <p>Amélioration de la situation socioéconomique du pays</p> <p>Réduction du taux de mortalité infanto-juvénile et maternel</p> <p>Réduction du taux de décès causés par les maladies liées à l'alimentation</p>
<p>Points de support : engagement des prestataires qui doivent sensibiliser les FEFA sur l'importance des interventions de nutrition</p>	

<p>Objectif comportemental 7.1.4.</p> <p>D'ici 2030, augmenter de 15 % le taux des jeunes enfants ayant bénéficié des interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)</p>	<p>Public prioritaire : mères et gardiens des jeunes enfants</p>
	<p>Public secondaire : familles et hommes , familles et hommes, membres du ministère du genre, famille et enfants, membres du ministère des affaires sociales, membres du ministère des personnes vivant avec handicap</p>
	<p>Public tertiaire : Prestataires et agents communautaires, leaders religieux, leaders communautaires, leaders politiques et leaders d'opinion</p>
	<p>Objectif de connaissance : augmenter de 25 % le taux de mères et gardiens des jeunes enfants qui connaissent les avantages des interventions de nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Objectif d'attitude : augmenter de 20 % le taux des mères et gardiens des jeunes enfants qui perçoivent les bénéfices des interventions de nutrition d'ici 2030.</p> <p>Objectif de pratique : augmenter de 15 % le taux des mères et gardiens des jeunes enfants qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.</p>
	<p>Avantages clés :</p> <p>Amélioration de la situation socioéconomique du pays</p> <p>Réduction du taux de mortalité infanto-juvenile et maternel</p> <p>Réduction du taux de décès causés par les maladies liées à l'alimentation</p>
<p>Points de support : engagement des prestataires qui doivent sensibiliser les mères et gardiens des jeunes enfants sur l'importance des interventions de nutrition</p>	

CHAPITRE IV. LES APPROCHES, CANAUX ET SUPPORTS DE COMMUNICATION DANS LE SECTEUR DE NUTRITION

Le mix marketing qui est la combinaison de plusieurs canaux contribue à bien véhiculer les messages de changement social et de comportement en nutrition. Ce chapitre illustre les différents croisements des canaux, approches et supports de communication qui seront utilisés dans le secteur de nutrition en se basant sur le modèle théorique de changement social et comportemental. Ce modèle vise non seulement l'environnement dans lequel l'homme se trouve, mais aussi l'homme lui-même dans sa triple dimension. Les différents approches, canaux et supports de communication sont déterminés relativement au regard des interventions de nutrition et aux problèmes identifiés. Chaque tableau concerne une intervention précise de nutrition.

Axe Stratégique 1 : Renforcer le plaidoyer, la politique et la réglementation

Analyse du public
<u>Public cible primaire</u> : autorités étatiques (politico-administratifs), responsables des structures de communication, du secteur privé, partenaires de développement et des organisations internationales en œuvre en RDC
<u>Public cible Secondaire</u> : travailleurs du parlement, des services du gouvernement, journalistes et autres professionnels de medias
<u>Public cible Tertiaire</u> : membres de la présidence
Approches de communication stratégique
<u>Public primaire</u> : Plaidoyer
<u>Public secondaire</u> : Plaidoyer, Mobilisation sociale
<u>Public tertiaire</u> : Plaidoyer, Mobilisation sociale
Canaux/Supports de communication

Canaux : Canaux institutionnels (ateliers, reunions, matinée d'information, formations, focus group)
Supports : Dépliant, livrets, brochures, bulletin, lcartes de vœux, calendriers, rapports d'activités, profiles, etc.

Axe Strategique 2 : Renforcer la mobilisation institutionnelle

Analyse du public

Public cible primaire : employeurs des structures de communication, des services gouvernementaux, du secteur privé et des organisations internationales en œuvre en RDC du sommet de l'État aux villages en passant par les provinces, territoires et les communes

Public cible Secondaire : autorités etatiques (politico-administratifs), responsables des structures de communication, du secteur privé, partenaires de developpement et des organisations internationales en œuvre en RDC

Public cible Tertiaire : responsables politiques, responsables administratifs, responsables gouvernementaux, partenaires de developpement, responsables des secteurs mediatiques

Approches de communication stratégique

Public primaire : Mobilisation sociale, Plaidoyer

Public secondaire : Plaidoyer, Mobilisation sociale

Public tertiaire : Plaidoyer, Mobilisation sociale

Canaux/Supports de communication

Canaux : Canaux institutionnels (ateliers, formations, reunions, matinée d'information, formations, focus group)

Supports : Dépliant, livrets, brochures, bulletin, lcartes de vœux, calendriers, rapports d'activités, profiles, document de formation, etc.

Axe Strategique 3 : Renforcer la mobilisation sociale et mediatique

Analyse du public

Public cible primaire : jeunes, publics, journalistes, autres professionnels

Public cible Secondaire : employeurs des structures de communication, des services gouvernementaux, du secteur privé et des organisations internationales en œuvre en RDC du sommet de l'État aux villages en passant par les provinces, territoires et les communes

Public cible Tertiaire : autorités etatiques (politico-administratifs), responsables des structures de communication, du secteur privé, partenaires de développement et des organisations internationales en œuvre en RDC

Approches de communication stratégique

Public primaire : Mobilisation sociale

Public secondaire : Plaidoyer, Mobilisation sociale

Public tertiaire : Plaidoyer, Mobilisation sociale

Canaux/Supports de communication

Canaux : communication de masse (radio, télévision, presse écrite, affichage, Internet, téléphonie mobile, etc.) et communication institutionnelle (ateliers, matinée d'information, formations, focus group)

Supports : affiches, dépliants, spot, cinema, sketches, etc.

Axe stratégique 4 : Assurer le renforcement des systèmes (santé et secteurs sensibles à la nutrition) et des capacités des agents (santé et secteurs sensibles à la nutrition) dans les formations sanitaires et communales

Analyse du public

Public cible primaire : prestataires de santé, prestataires des autres secteurs, gestionnaires des institutions

Public cible Secondaire : décideurs politico-administratifs, partenaires de développement

Public cible Tertiaire : parlementaires

Approches de communication stratégique

Public primaire : Mobilisation sociale

Public secondaire : Plaidoyer, Mobilisation sociale

Public tertiaire : Plaidoyer, Mobilisation sociale

Canaux/Supports de communication

Canaux : Communication institutionnelle (ateliers, matinée d'information, formations, focus group)

Supports : affiches, dépliants, spot, rapport d'activités, document de formation, etc.

Axe stratégique 5 : Renforcer la mobilisation et l'engagement des communautés

Analyse du public

Public cible primaire : leaders communautaires, agents communautaires

Public cible Secondaire : décideurs politico-administratifs, partenaires de développement

Public cible Tertiaire : parlementaires

Approches de communication stratégique

Public primaire : Mobilisation sociale

Public secondaire : Plaidoyer, Mobilisation sociale

Public tertiaire : Plaidoyer, Mobilisation sociale

Canaux/Supports de communication

Canaux : Ateliers, matinée d'information, formations, focus group

Supports : affiches, dépliants spot, module de formation, etc.

Axe stratégique 6 : Renforcer la mobilisation et engagement des familles

Analyse du public

Public cible primaire : maris, belle-mères, grand-mères, sœurs, frères mères, pères, adolescents et jeunes garçons pères

Public cible Secondaire : leaders communautaires, décideurs politico-administratifs

Public cible Tertiaire : partenaires de développement

Approches de communication stratégique

Public primaire : Communication Sociale et de Comportement

Public secondaire : Plaidoyer, Mobilisation sociale

Public tertiaire : Plaidoyer, Mobilisation sociale

Canaux/Supports de communication

Canaux : Communication interpersonnelle et de groupe (visites au centre de santé, à la maternité et aux hôpitaux, échanges entre les agents communautaires et les membres des ménages et des communautés, discussions communautaires, interventions des leaders dans les villages, messages des responsables religieux dans les lieux de culte, réunions et sessions de formation variées, etc.)

Supports : affiches, dépliants, spot, module de formation, sketches, cinéma, etc.

Axe stratégique 7 : Renforcer l'engagement des adolescentes, femmes en âge de procréer femmes enceintes, femmes allaitantes, mères des jeunes enfants (moins des 5 ans) et gardiens d'enfants

Analyse du public

Public cible primaire : adolescentes, femmes en âge de procréer, femmes enceintes, femmes allaitantes, mères des jeunes enfants (moins des 5 ans) et gardiens d'enfants

Public cible Secondaire : maris, belle-mères, grand-mères, sœurs, frères, mères, pères, prestataires, décideurs politico-administratifs

Public cible Tertiaire : leaders communautaires, partenaires de développement

Approches de communication stratégique

Public primaire : Communication Social et de Comportement

Public secondaire : Mobilisation sociale

Public tertiaire : Plaidoyer, Mobilisation sociale

Canaux/Supports de communication

Canaux : Communication interpersonnelle et de groupe (visites au centre de santé, à la maternité et aux hôpitaux, échanges entre les agents communautaires et les membres des ménages et des communautés, discussions communautaires, interventions des leaders dans les villages, messages des responsables religieux dans les lieux de culte, réunions et sessions de formation variées, etc.)

Supports : affiches, dépliants, spot, module de formation, sketches, cinéma, etc.

CHAPITRE V. PRINCIPALES ACTIVITÉS DE COMMUNICATION DANS LE SECTEUR DE NUTRITION

Les objectifs comportementaux et de communication étant clairement définis ci-haut en termes mesurables, ce chapitre décrit les activités de communication adaptées à la situation de la nutrition en RDC. Dans le but d'optimiser les activités de communication utilisées dans cette stratégie, il est apparu nécessaire de tenir compte de certains critères car certaines activités se prêtent mieux que d'autres à l'atteinte des objectifs.

Dans le cadre de l'approche intégrée, les types d'objectifs par approche et axe stratégiques sont regroupés en catégorie. Il en est de même des actions clés qui correspondent aux objectifs par type d'approches stratégiques. De manière synthétique, il s'agit surtout des actions prioritaires car les objectifs sont identiques à ceux formulés ci-dessus.

Ces actions en question sont élaborées à partir des données de l'analyse comportementale et environnementale. Leur mise en œuvre permettra de renforcer les facteurs positifs identifiés et changer les facteurs négatifs recensés aux niveaux des participants primaires afin de favoriser l'atteinte des objectifs formulés sur le changement social et comportemental.

1. Priorités par axes stratégiques

Ce sous point consiste à identifier les priorités de chaque axe par rapport aux autres. Cela nous permet de ressortir l'importance des activités par rapport aux objectifs du plan. La comparaison par paire permet de comparer les axes stratégiques entre eux et d'identifier les plus importants. De tous les axes stratégiques énumérés ci-dessus, trois grands groupes prioritaires ont été retenus à savoir :

- La promotion ;
- La prévention ;
- La prise en charge.

1.1. Les priorités dans la promotion sont :

- La promotion de la lutte contre les violences basées sur le genre, la masculinité positive, le droit de la femme et la lutte contre le mariage précoce,
- Promotion de l'instauration des jardins familiaux, l'élevage de basse-cour et les systèmes de production alimentaire familiale, les bonnes techniques de traitement, de conservation et de stockage des aliments.
- La promotion de l'allègement de la pénibilité et la durée de travaux de femmes;
- La promotion de la conservation et la transformation des produits agricoles,
- La promotion des microcredits,
- La promotion de la consultation préscolaire redynamisée,
- La promotion de la nutrition à assise communautaire,
- La promotion de l'environnement, hygiène et assainissement,
- La promotion des soins de développement de la petite enfance.

1.2. Les priorités dans la prévention sont :

- La promotion nutritionnelle de l'enfant (l'allaitement maternel, l'alimentation de complément adéquate soins de développement de la petite enfance)
- La promotion nutritionnelle de la femme (nutrition maternelle)
- La lutte contre les micronutriments (supplémentation en vitamine A, déparasitage en Mebendazole/Albendazole, supplémentation en fer/acide folique, supplémentation en micronutriments)

1.3. Les priorités dans la prise en charge sont :

- Le dépistage précoce des cas de malnutrition,
- La réhabilitation nutritionnelle,

2. Actions stratégiques

L'approche stratégique résume les grandes catégories d'intervention qui peuvent permettre de résoudre les problèmes de changement social et comportemental identifiés en matière de nutrition. Ces grandes catégories d'intervention sont définies en fonction des domaines majeurs (niveaux) de communication stratégique tels que définis antérieurement par le modèle conceptuel : niveau environnement sociopolitique, niveau prestation de services, niveau communautaire/individuel. Ces niveaux de communication stratégique sont reliés entre eux et se renforcent mutuellement pour favoriser le changement de comportement effectif au niveau de la cible.

Niveau de communication stratégique	Actions Stratégiques
Environnement sociopolitique	<ul style="list-style-type: none">– Accroître les ressources nécessaires permettant des services de qualité pour la nutrition– Maintenir la nutrition sur le devant de la scène nationale
Prestation de services	<ul style="list-style-type: none">– Améliorer la compétence qualitative et quantitative des prestataires de santé en techniques de communication pour la nutrition en vue d'une meilleure promotion des comportements favorables de nutrition au niveau des Centres de Santé, Hopitaux et Communautés– Améliorer la compétence qualitative et quantitative des agents communautaires en techniques de communication pour la nutrition en vue d'une meilleure promotion des comportements favorables de nutrition au niveau des Centres de Santé, Hopitaux et Communautés
Communauté/Individu	<ul style="list-style-type: none">– Accroître l'utilisation des services de nutrition– Accroître la pratique des interventions de nutrition (Spécifiques et sensibles) dans les ménages– Accroître les moyens financiers de la population à travers la proposition des Activités Génératrices des Revenus

3. Principales interventions

Niveau de communication stratégique	Stratégies	Interventions clés
Environnement socio-politique	Accroître les ressources nécessaires permettant des services de qualité pour la nutrition	<ul style="list-style-type: none"> – Plaidoyer : sensibiliser les décideurs politiques et les partenaires au développement à l'importance de la nutrition et aux ressources nécessaires à des services (santé et autres) de qualité intégrant la nutrition. – Formation de groupe de soutien/ lobbying pour la nutrition
	Maintenir la nutrition sur le devant de la scène nationale	<ul style="list-style-type: none"> – Plaidoyer : sensibiliser les médias à l'importance de la nutrition et aux ressources nécessaires à des services de santé de qualité intégrant la nutrition. – Renforcer la capacité des médias : pour couvrir l'information et faire le plaidoyer pour la nutrition : formation et outils/dossiers de presse

Niveau de communication stratégique	Stratégies	Interventions clés
Prestation de services	Améliorer la compétence qualitative et quantitative des prestataires de santé en techniques de communication pour la nutrition en vue d'une meilleure promotion des comportements favorables de nutrition au niveau des Centres de Santé, Hopitaux et Communautés	<ul style="list-style-type: none"> – Disséminer effectivement les interventions Spécifiques et sensibles a u p r è s de tous les prestataires de services – Orienter les prestataires de services à l'application des les interventions Spécifiques et sensibles – Former les prestataires et relais communautaires en CIP/C nutrition – Organiser des supervisions formatives régulières pour les prestataires donnant des conseils de nutrition
	Améliorer la compétence qualitative et quantitative des agents communautaires en techniques de communication pour la nutrition en vue d'une meilleure promotion des comportements favorables de nutrition au niveau des Centres de Santé, Hopitaux et Communautés	<ul style="list-style-type: none"> – Élaborer des outils de CIP/C pour faciliter la tâche aux prestataires et assurer la qualité continue de leurs services de CIP/C nutrition – Assurer une bonne gestion de l'information et des statistiques de services de nutrition – Veiller au respect des normes en matière du personnel technique d'encadrement

Niveau de communication stratégique	Stratégies	Interventions clés
Communauté/Individu	Accroître l'utilisation des services de nutrition	- Visites à domicile des relais - Discussions villageoises
	Accroître la pratique des comportements favorables de nutrition dans les ménages	- Interventions des leaders communautaires - Sessions de diagnostics participatifs communautaires
	Accroître les moyens financiers de la population	- Suivi communautaire et référence - Séances de communication interpersonnelle - Séances de discussions communautaires - Organiser des émissions - Organisation des cérémonies - Elaborer les supports de communication - Créer des activités génératrices des revenus

4. Répartition des activités selon les approches d'intervention en nutrition

Axe Stratégique 1. RENFORCER LE PLAIDOYER, LA POLITIQUE ET LA REGLEMENTATION

Objectif comportemental 1.1.1. : D'ici 2030, 15% des parlementaires plaideront pour l'adoption, la mise en œuvre et le suivi des lois et politiques en faveur des interventions de nutrition (Spécifiques et sensibles) dans le cadre de la multisectorialité au niveau du parlement.	
Cible primaire	Parlementaires (députés et sénateurs)
Cible secondaire	Membres du gouvernement
Cible tertiaire	Membres de la présidence
Objectif de communication 1 : augmenter de 25 % le taux des parlementaires qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	
Activité 1	Organiser des visites et des réunions de négociation
Activité 2	Organiser des événements spéciaux Séminaire/ateliers, etc
Activité 3	Organiser des réunions d'informations sur la situation nutritionnelle

Objectif comportemental 1.1.1. : D'ici 2030, 15% des parlementaires plaideront pour l'adoption, la mise en œuvre et le suivi des lois et politiques en faveur des interventions de nutrition (Spécifiques et sensibles) dans le cadre de la multisectorialité au niveau du parlement.

Objectif de communication 2 : augmenter de 20% le taux des parlementaires qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.

Activité 4 Organiser des sessions des formations

Activité 5 Organiser des planifications conjointes

Activité 6 Créer des groupes de lobbying des parlementaires

Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des parlementaires qui plaident pour l'adoption, la mise en œuvre et le suivi des lois et politiques en faveur des interventions de nutrition (Spécifiques et sensibles) dans le cadre de la multisectorialité au niveau du parlement d'ici 2030.

Activité 7 Créer des cadres fonctionnels de suivi du plaidoyer

Activité 8 Mettre en place un cadre de suivi de la mise en œuvre du plaidoyer

40

Objectif comportemental 1.1.2. : D'ici 2030, 80% des membres du gouvernement fassent de la nutrition une priorité et intègrent le cadre commun de résultats pour la nutrition dans les différents plans stratégiques

Cible primaire Membres du gouvernement

Cible secondaire Parlementaires (députés et sénateurs)

Cible tertiaire Membres de la présidence

Objectif de communication 1 : augmenter de 90 % le taux des membres du gouvernement qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.

Activité 1 Organiser des visites et des réunions de négociation

Activité 2 Organiser des événements spéciaux

Séminaire/ateliers, etc

Activité 3 Organiser des réunions d'informations sur la situation nutritionnelle

Activité 4 Organiser des réunions de présentation de la situation de la nutrition en conseil des ministres (réaliser un profile)

Objectif de communication 2 : augmenter de 85 % le taux des membres du gouvernement qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.

Activité 5 Organiser des formations des membres du gouvernement

Activité 6 Organiser des tables rondes avec les membres du gouvernement

Activité 7 Créer des groupes de lobbying des membres du gouvernement

Objectif de communication 3 : augmenter de 80 % le taux des membres du gouvernement qui plaident en faveur des lois, politiques et accroissement de l'enveloppe budgétaire allouée aux interventions de nutrition d'ici 2030.

Activité 8 Créer des cadres fonctionnels de suivi du plaidoyer

Objectif comportemental 1.1.3. : D'ici 2030, 80% des partenaires de développement fassent de la nutrition une priorité et apportent leurs appuis financiers et techniques de manière appropriée en s'alignant aux priorités de l'Etat.

Cible primaire	Partenaires de développement
----------------	------------------------------

Cible secondaire	Membres du gouvernement
------------------	-------------------------

Cible tertiaire	Parlementaires
-----------------	----------------

Objectif de communication 1 : augmenter de 90 % le taux des partenaires qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.

Activité 1	Organiser des visites et des réunions de négociation
------------	--

Activité 2	Organiser des événements spéciaux
------------	-----------------------------------

	Séminaire/ateliers, etc
--	-------------------------

Activité 3	Organiser les réunions d'information
------------	--------------------------------------

Activité 4	Organiser des réunions de présentation de la situation de la nutrition
------------	--

Objectif de communication 2 : augmenter de 85 % le taux des partenaires qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.

Activité 5	Organiser des tables rondes avec les partenaires
------------	--

Activité 6	Créer des groupes de lobbying des responsables
------------	--

Objectif de communication 3 : augmenter de 80 % le taux des partenaires de développement qui plaident en faveur de l'accroissement l'enveloppe budgétaire allouée aux interventions de nutrition de manière appropriée d'ici 2030.

Activité 7	Créer des cadres fonctionnels de suivi du plaidoyer
------------	---

Objectif comportemental 1.2.1. : D'ici 2030, Rendre fonctionnel 20% des comités multisectoriels sur Sécurité Alimentaire et Nutritionnelle en faveur des interventions de nutrition sur toute l'étendue du pays

Cible primaire	Membres du comité multisectoriel
----------------	----------------------------------

Cible secondaire	Membres du gouvernement
------------------	-------------------------

Cible tertiaire	Parlementaires
-----------------	----------------

Objectif de communication 1 : augmenter de 25 % le taux des membres du comité multisecto-riel qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.

Activité 1	Organiser des visites et des réunions de négociation
------------	--

Activité 2	Organiser des événements spéciaux
------------	-----------------------------------

	Séminaire/ateliers, etc
--	-------------------------

Activité 3	Organiser les réunions d'information
------------	--------------------------------------

Activité 4	Organiser des réunions de présentation de la situation de la nutrition
------------	--

Objectif de communication 2 : augmenter de 20% le taux des membres du comité multisectoriel qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.

Activité 5	Organiser des sessions de formations variées
Activité 6	Créer des groupes de lobbying des responsables
Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des membres du comité multisectoriel qui participent dans des réunions du comité multisectoriel de sécurité alimentaire et nutrition d'ici 2030.	
Activité 7	Organiser des réunions du comité multisectoriel

Axe Stratégique 2 : Renforcer la mobilisation institutionnelle

Objectif comportemental 2.1.1. : D'ici 2030, 15% des employeurs des institutions, organisations et entre-prises promouvront les interventions de nutrition à tous les niveaux

Cible primaire	Employeurs des entreprises, des organisations et des institutions
Cible secondaire	Responsables des entreprises, des organisations et des institutions
Cible tertiaire	Prestataires de santé oeuvrant dans les institutions

Objectif de communication 1 : augmenter de 15 % le taux des employeurs des entreprises, des organisations et des institutions qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.

Activité 1	Organiser les visites et réunions de négociation
Activité 2	Organiser des événements spéciaux, Séminaire/ateliers, etc
Activité 3	Organiser les réunions d'information
Activité 4	Organiser des réunions de présentation de la situation de la nutrition (réaliser un profile)

Objectif de communication 2 : augmenter de 20% le taux des des employeurs des entreprises, des organisa-tions et des institutions qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.

Activité 5	Organiser des sessions des formations variées sur les interventions en nutri-tion et en techniques de communication
Activité 6	Organiser des tables rondes avec les responsables
Activité 7	Créer des groupes de lobbying

Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des employeurs des entreprises, des organisations et des institutions qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.

Activité 8	Créer des cellules focales de suivi fonctionnelles
Activité 9	Créer des cellules de promotion des interventions de nutrition dans les insti-tutions, organisations et entreprises

Objectif comportemental 2.1.2. : D'ici 2030, 20% des membres des structures des secteurs mediatiqes et de telecommunication promouvront les interventions de nutrition à tous les niveaux

Cible primaire	membres des structures des secteurs meidiatiqes
Cible secondaire	responsables des structures des secteurs mediatiqes
Cible tertiaire	decideurs politicoadministratifs

Objectif comportemental 2.1.2. : D'ici 2030, 20% des membres des structures des secteurs médiatiques et de télécommunication promouvoir les interventions de nutrition à tous les niveaux	
Objectif de communication 1 : augmenter de 25 % le taux membres des structures des secteurs médiatiques qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	
Activité 1	Organiser les visites et réunions de négociation
Activité 2	Organiser des événements spéciaux, Séminaire/ateliers, etc
Activité 3	Organiser les réunions d'information
Activité 4	Organiser des réunions de présentation de la situation de la nutrition (réaliser un profil)
Objectif de communication 2 : augmenter de 20% le taux des membres des structures des secteurs médiatiques qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	
Activité 5	Organiser des sessions des formations variées sur les interventions de nutrition et en techniques de communication
Activité 6	Organiser des tables rondes avec les responsables
Activité 7	Créer des groupes de lobbying
Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux membres des structures des secteurs médiatiques qui pratiquent les interventions de nutrition d'ici 2030.	
Activité 8	Créer des cadres de suivi
Activité 9	Créer des cellules de promotion des interventions de nutrition dans les structures des secteurs médiatiques

Objectif comportemental 2.2.1. : D'ici 2030, 15% d'associations accompagner les interventions de nutrition sur toute l'étendue du pays	
Cible primaire	Membres des associations
Cible secondaire	Responsables des associations
Cible tertiaire	Décideurs politico-administratifs
Objectif de communication 1 : augmenter de 25 % le taux des membres des associations qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	
Activité 1	Organiser les visites et réunions de négociation
Activité 2	Organiser des événements spéciaux, Séminaire/ateliers, etc
Activité 3	Organiser les réunions d'information
Activité 4	Organiser des réunions de présentation de la situation de la nutrition (réaliser un profil)
Objectif de communication 2 : augmenter de 20% le taux des membres des associations qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	
Activité 5	Organiser des sessions des formations variées sur les interventions de nutrition et en techniques de communication

Objectif comportemental 2.2.1. : D'ici 2030, 15% d'associations accompagnent les interventions de nutrition sur toute l'étendue du pays	
Activité 6	Organiser des tables rondes avec les responsables
Activité 7	Créer des groupes de lobbying
Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des membres des associations qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.	
Activité 8	Créer des cadres de suivi
Activité 9	Créer des cellules de promotion des interventions de nutrition dans les associations

Axe Stratégique 3 : Renforcer la mobilisation sociale et médiatique

Objectif comportemental 3.1.1. : D'ici 2030, 15% des jeunes véhiculent les bonnes informations en faveur des interventions de nutrition	
Cible primaire	Jeunes
Cible secondaire	Membres du ministère de la jeunesse, responsables des associations des jeunes
Cible tertiaire	Bourgmestres, religieux, enseignants
Objectif de communication 1 : augmenter de 25 % le taux des jeunes qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	
Activité 1	Organiser les visites et réunions de négociation
Activité 2	Organiser des événements spéciaux Séminaire/ateliers, etc
Activité 3	Organiser les ateliers d'information et de réflexion
Objectif de communication 2 : augmenter de 20% le taux des jeunes qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	
Activité 4	Organiser des formations des jeunes sur les interventions de nutrition et en techniques de communication
Activité 5	Organiser des tables rondes avec les responsables des associations des jeunes, ministère de la jeunesse et affaires sociales
Activité 6	Créer des groupes de lobbying des députés en faveur de la nutrition
Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des jeunes qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.	
Activité 7	Créer des cellules des jeunes de soutien à la nutrition à tous les niveaux (provinces, communes, territoires, villages, etc.)
Activité 8	Créer un système de gratification des champions
Objectif comportemental 3.1.2. : D'ici 2030, 15% des publics véhiculent les bonnes informations en faveur des interventions de nutrition	
Cible primaire	Publics
Cible secondaire	Membres du gouvernement, membres des associations
Cible tertiaire	Parlementaires
Objectif de communication 1 : augmenter de 25 % le taux des publics qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	

Objectif comportemental 3.1.1. : D'ici 2030, 15% des jeunes véhiculent les bonnes informations en faveur des interventions de nutrition	
Activité 1	Organiser des émissions interactives et non interactives
Activité 2	Organiser des événements spéciaux (carnavals, diner, etc.) Séminaire/ateliers, etc
Activité 3	Organiser les ateliers d'information et de réflexion
Activité 4	Organiser l'impression des supports (tous les types)
Activité 5	Placer des pancards dans des lieux des points chauds
Activité 6	Organiser des activités audiovisuelle (spots, cinéma, théâtres, films, etc.)
Activité 7	Organiser les activités sur les réseaux sociaux (facebook, twitter, whats app, etc.)
Activité 8	Organiser le fonctionnement du site internet
Activité 9	Organiser des activités digitales (SMS, U-sondage) pour la sensibilisation
Activité 10	Créer des sessions de sensibilisation dans les lieux de grands rassemblements ou public (ex. rassemblements villageois, églises, crieurs, etc.)
Objectif de communication 2 : augmenter de 20% le taux des publics qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	
Activité 11	Organiser des formations des publics sur les interventions de nutrition et en techniques de communication
Activité 12	Organiser des tables rondes avec les publics
Activité 13	Créer des groupes de lobbying en faveur de la nutrition
Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des publics qui adoptent les interventions de la nutrition d'ici 2030.	
Activité 14	Créer des cellules de soutien à la nutrition à tous les niveaux (provinces, communes, territoires, villages, etc.)
Activité 15	Organiser la gratification des publics champions
Objectif comportemental 3.2.1. : D'ici 2030, 15% des journalistes et des autres professionnels de médias véhiculent les bonnes informations sur les interventions de nutrition	
Cible primaire	Journalistes et les autres professionnels
Cible secondaire	Patrons des médias
Cible tertiaire	Membres du ministère de communication
Objectif de communication 1 : augmenter de 25 % le taux des journalistes et les autres professionnels qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	
Activité 1	Organiser les visites et réunions de négociation

Objectif comportemental 3.1.1. : D'ici 2030, 15% des jeunes véhiculent les bonnes informations en faveur des interventions de nutrition	
Activité 2	Organiser des événements spéciaux, Séminaire/ateliers, etc
Activité 3	Organiser les ateliers d'information et de réflexion
Objectif de communication 2 : augmenter de 20% le taux des journalistes et les autres professionnels qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	
Activité 5	Organiser des sessions de formations variées sur les interventions de nutrition
Activité 6	Organiser des tables rondes avec les journalistes et professionnels des médias et le ministère de communication & médias
Activité 7	Créer des groupes de lobbying des journalistes et médias en faveur de la nutrition
Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des journalistes et les autres professionnels qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.	
Activité 8	Créer des cellules de soutien des journalistes et professionnels de médias à la nutrition à tous les niveaux (provinces, communes, territoires, villages, etc.)
Activité 9	Créer un système de gratification pour les meilleur journaliste et/ou professionnel des medias de promotion des interventions de nutrition

Axe stratégique 4 : Assurer le renforcement des systèmes (santé et secteurs sensibles à la nutrition) et des capacités des agents (santé et secteurs sensibles à la nutrition) dans les formations sanitaires et communautés.

Objectif comportemental 4.1.1. : D'ici 2030 15% des prestataires encadrent les populations à pratiquer les interventions de la nutrition	
Cible primaire	Prestataires
Cible secondaire	Décideurs politico-administratifs des institutions
Cible tertiaire	Membres du gouvernement
Objectif de communication 1 : augmenter de 25 % le taux des prestataires qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	
Activité 1	Organiser les ateliers de réflexion
Objectif de communication 2 : augmenter de 20% le taux des prestataires qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	
Activité 2	Organiser des formations des prestataires sur les interventions de nutrition et les techniques de formation
Activité 3	Organiser des planifications conjointes
Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des prestataires qui pratiquent les interventions de nutrition d'ici 2030.	
Activité 4	Organiser des supervisions conjointes
Activité 5	Organiser le suivi et évaluation des activités
Activité 6	Organiser un système de gratification de structures avec meilleures prestations

Objectif comportemental 4.2.1. : D'ici 2030, 15% des institutions et communautés posséderont des poli-tiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition	
Cible primaire	Décideurs politico-administratifs des institutions
Cible secondaire	Membres du gouvernement
Cible tertiaire	Partenaires de développement, parlementaires et présidence de la république
Objectif de communication 1 : augmenter de 25 % le taux des décideurs politico-administratifs des institutions et communautés qui connaissent l'importance des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition d'ici 2030.	
Activité 1	Organiser les réunions d'information
Objectif de communication 2 : augmenter de 20% le taux des décideurs politico-administratifs des institutions et communautés qui perçoivent l'importance des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition d'ici 2030.	
Activité 2	Organiser des sessions de formation variées
Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des décideurs politico-administratifs des institutions et communautés qui adoptent des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition d'ici 2030.	
Activité 3	Organiser des supervisions
Activité 4	Organiser des suivis et évaluation
Activité 5	Organiser un système de gratification de structures avec meilleures prestations

Axe stratégique 5 : Renforcer la mobilisation et l'engagement des communautés

Objectif comportemental 5.1.1. : D'ici 2030, 15% des acteurs communautaires encadrent les populations à adopter les interventions de nutrition	
Cible primaire	Acteurs communautaires
Cible secondaire	Décideurs politico-administratifs
Cible tertiaire	Membres du gouvernement, parlementaires, partenaires de développement
Objectif de communication 1 : augmenter de 25 % le taux des acteurs communautaires qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	
Activité 1	Organiser les visites et réunions de négociation
Activité 2	Organiser les réunions d'information
Objectif de communication 2 : augmenter de 20% le taux des acteurs communautaires qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	
Activité 3	Organiser des sessions de formations variées
Activité 4	Créer des groupes de lobbying en faveur de la nutrition
Activité 5	Organiser des planifications conjointes
Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des acteurs communautaires qui pratiquent les interventions de nutrition d'ici 2030.	
Activité 9	Organiser des supervisions
Activité 10	Organiser des suivi et évaluation

Activité 11	Organiser un système de gratification de structures avec meilleures prestations
-------------	---

Objectif comportemental 5.2.1. : D'ici 2030, 15% des menages pratiquent les interventions de nutrition

Cible primaire	Membres du ménages
Cible secondaire	Décideurs politico-administratifs
Cible tertiaire	Membres du gouvernement, parlementaires, partenaires de développement

Objectif de communication 1 : augmenter de 25 % le taux des ménages qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.

Activité 1	Organiser des réunions d'informations et de sensibilisation sur les Interventions de nutrition
------------	--

Objectif de communication 2 : augmenter de 20% le taux des ménages qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.

Activité 3	Organiser des causeries débats sur les Interventions de nutrition
Activité 4	Organiser des visites à domicile
Activité 5	Organiser des seances d'éducation nutritionnelle

Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des ménages qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.

Activité 9	Organiser des supervisions
Activité 10	Organiser des suivi et évaluation

Objectif comportemental 5.3.1. : D'ici 2030, 15% des différents groupes thématiques véhiculent les informations sur les interventions de nutrition

Cible primaire	Membres des différents groupes thématiques
Cible secondaire	Prestataires, acteurs communautaires
Cible tertiaire	Partenaires de développement, décideurs politico-administratifs

Objectif de communication 1 : augmenter de 25 % le taux des membres des différents groupes thématiques qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.

Activité 1	Organiser les réunions d'information en faveur de la nutrition
------------	--

Objectif de communication 2 : augmenter de 20% le taux des membres des différents groupes thématiques qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.

Activité 2	Organiser des sessions de formations variées
------------	--

Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des membres des différents groupes thématiques qui pratiquent les interventions de nutrition d'ici 2030.

Activité 3	Organiser des supervisions
Activité 4	Organiser des suivi-évaluations

Objectif comportemental 5.4.1. : D'ici 2030, 15% des leaders communautaires véhiculent les informations sur les interventions de nutrition

Cible primaire	Leaders communautaires
Cible secondaire	Prestataires, acteurs communautaires

Cible tertiaire	Décideurs politico-administratifs
Objectif de communication 1 : augmenter de 25 % le taux des leaders communautaires qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	
Activité 1	Organiser les visites et réunions de négociation
Activité 2	Organiser des événements spéciaux, Séminaire/ateliers, etc.
Activité 3	Organiser des causeries débats
Objectif de communication 2 : augmenter de 20% le taux des leaders communautaires qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	
Activité 4	Organiser des sessions des formations variées
Activité 5	Organiser des planifications conjointes
Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des leaders communautaires qui pratiquent les interventions de nutrition d'ici 2030.	
Activité 6	Organiser des supervisions des activités
Activité 7	Organiser des suivi-évaluation des activités
Activité 7	Organiser des réunions de gratification

Axe stratégique 6 : Renforcer la mobilisation et l'engagement des familles

Objectif comportemental 6.1.1. : D'ici 2030, 15% des familles accompagnent les adolescentes, les femmes en âge de procréer, les femmes enceintes, les femmes allaitantes et les mères des jeunes enfants à pratiquer les interventions de nutrition	
Cible primaire	Grands-mères, belle-mères, frères, sœurs tantes, oncles, ami(e)s, voisins, voisines
Cible secondaire	Prestataires, acteurs communautaires, membres du ministère du genre, famille et enfants
Cible tertiaire	Leaders communautaires, décideurs politico-administratifs, membres de la société civile
Objectif de communication 1 : augmenter de 25 % le taux des familles qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	
Activité 1	Organiser des causeries de groupe
Activité 2	Organiser des visites à domicile
Activité 3	Organiser les séances des démonstrations culinaires
Objectif de communication 2 : augmenter de 20% le taux des familles qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	
Activité 4	Réaliser des Communication Interpersonnelle
Activité 5	Créer de groupe de lobbying
Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des familles qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.	
Activité 6	Créer de groupe de soutien
Objectif comportemental 6.2.1. : D'ici 2030, 15% des hommes accompagnent les adolescentes, les femmes en age de procreer, les femmes enceintes, les femmes allaitantes et les mères des jeunes enfants à prati-quer les interventions de nutrition	

Cible primaire	adolescents, hommes adultes, maris, pères, grands-pères, beaux-pères
Cible secondaire	prestataires, acteurs communautaires, membres du ministère du genre, famille et enfants
Cible tertiaire	leaders communautaires, décideurs politico-administratifs
Objectif de communication 1 : augmenter de 25 % le taux des hommes qui connaissent l'importance de la nutrition sur la santé de leur femmes et enfants d'ici 2030.	
Activité 1	Organiser des visites de négociation
Activité 3	Organiser des événements spéciaux, Séminaire/ateliers, etc.
Activité 5	Organiser les réunions d'information de plaidoyer en faveur de la nutrition dans les ministères techniques
Activité 6	Organiser des séminaires/ateliers
Objectif de communication 2 : augmenter de 20% le taux des hommes qui perçoivent les bénéfices de la nutrition sur la santé de leur femmes et enfants d'ici 2030.	
Activité 7	Organiser des sessions des formations variées
Activité 8	Créer des groupes de lobbying
Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des hommes qui adoptent les interventions de nutrition pour protéger la santé de la femme et de l'enfant d'ici 2030.	
Activité 9	Créer des groupes de soutien
Activité 10	Organiser des supervisions

Axe stratégique 7 : Renforcer l'engagement des adolescentes, femmes en âge de procréer, femmes enceintes, femmes allaitantes, mères des jeunes enfants et gardiens d'enfants (moins des 5 ans)

Objectif comportemental 7.1.1. : D'ici 2030, augmenter de 15 % le taux des adolescentes qui pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)	
Cible primaire	Adolescentes,
Cible secondaire	familles et hommes , membres du ministère du genre, famille et enfants, membres du ministère des affaires sociales, membres du ministère de l'EPST
Cible tertiaire	Prestataires et agents communautaires, leaders religieux, leaders communautaires, leaders politiques et leaders d'opinion
Objectif de communication 1 : augmenter de 25 % le taux de adolescentes qui connaissent les avantages des interventions de nutrition d'ici 2030.	
Activité 1	Organiser des visites à domicile
Activité 2	Organiser des causeries de groupe Concertée
Activité 3	Organiser des échanges entre les agents communautaires et les membres des ménages et des communautés
Activité 4	Organiser des discussions communautaires
Activité 5	Organiser des interventions des leaders
Activité 6	Organiser les séances des démonstrations culinaires

Activité 7	Organiser les activités relatives à la promotion de la paire éducation
Activité 8	Organiser des animations des masses
Activité 9	Réaliser des entretiens individuels
Activité 10	Organiser des causeries débats
Objectif de communication 2 : augmenter de 20 % le taux des adolescentes qui perçoivent les bénéfices des interventions de nutrition d'ici 2030.	
Activité 11	Organiser des sessions des formations variées
Activité 12	Créer des groupes de lobbying des hommes
Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des adolescentes qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.	
Activité 13	Créer des groupes de soutien
Activité 14	Organiser des supervisions

Objectif comportemental 7.1.2 : D'ici 2030, augmenter de 15 % le taux des femmes en âge de procréer qui pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)	
Cible primaire	Femmes en âge de procréer (FAP)
Cible secondaire	familles et hommes , membres du ministère du genre, famille et enfants, membres du ministère des affaires sociales
Cible tertiaire	Prestataires et agents communautaires, leaders religieux, leaders communautaires, leaders politiques et leaders d'opinion
Objectif de communication 1 : augmenter de 25 % le taux de FAP qui connaissent les avantages des interventions de nutrition d'ici 2030.	
Activité 1	Organiser des visites à domicile
Activité 2	Organiser des causeries de groupe Concertée
Activité 3	Organiser des échanges entre les agents communautaires et les membres des ménages et des communautés
Activité 4	Organiser des discussions communautaires
Activité 5	Organiser des interventions des leaders
Activité 6	Organiser les séances des démonstrations culinaires
Activité 7	Organiser les activités relatives à la promotion de la paire éducation
Activité 8	Organiser des animations des masses
Activité 9	Réaliser des entretiens individuels
Activité 10	Organiser des causeries débats
Objectif de communication 2 : augmenter de 20 % le taux des FAP qui perçoivent les bénéfices des interventions de nutrition d'ici 2030.	
Activité 11	Organiser des sessions des formations variées
Activité 12	Créer des groupes de lobbying des hommes
Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des FAP qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.	
Activité 13	Créer des groupes de soutien
Activité 14	Organiser des supervisions

Objectif comportemental 7.3.1. : D'ici 2030, augmenter de 15 % le taux des femmes enceintes et allaitantes qui pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)	
Cible primaire	Femmes enceintes et allaitantes (FEFA)
Cible secondaire	familles et hommes, membres du ministère du genre, famille et enfants, membres du ministère des affaires sociales, membres du ministère des personnes vivant avec handicap
Cible tertiaire	Prestataires et agents communautaires, leaders religieux, leaders communautaires, leaders politiques et leaders d'opinion
Objectif de communication 1 : augmenter de 25 % le taux de FEFA qui connaissent les avantages des interventions de nutrition d'ici 2030.	
Activité 1	Organiser les séances de counseling dans les structures des soins
Activité 2	Organiser des visites à domicile
Activité 3	Organiser des causeries de groupe
Activité 4	Organiser les séances des démonstrations culinaires
Activité 5	Produire Sketch télé
Activité 6	Organiser les activités relatives à la promotion de la paire éducation
Activité 7	Organiser des animations des masses
Activité 8	Réaliser des entretiens individuels
Activité 9	Organiser des causeries débats
Objectif de communication 2 : augmenter de 20 % le taux des FEFA qui perçoivent les bénéfices des interventions de nutrition d'ici 2030.	
Activité 10	Créer des groupes de lobbying des FEFA
Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des FEFA qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.	
Activité 11	Créer des groupes de soutien
Objectif comportemental 7.4.1 : D'ici 2030, augmenter de 15 % le taux des jeunes enfants ayant bénéficié des interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)	
Cible primaire	Mères et gardiens des jeunes enfants
Cible secondaire	Familles et hommes
Cible tertiaire	Prestataires et agents communautaires, leaders religieux, leaders communautaires, leaders politiques et leaders d'opinion
Objectif de communication 1 : augmenter de 25 % le taux de mères et gardiens des jeunes enfants qui connaissent les avantages des interventions de nutrition d'ici 2030.	
Activité 1	Renforcer la sensibilisation au niveau des maternités
Activité 2	Organiser des visites à domicile
Activité 3	Organiser des causeries de groupe
Activité 4	Renforcer la sensibilisation des mères lors de tout point de contact
Activité 5	Créer des groupes de soutien aux interventions de nutrition
Activité 6	Créer des groupes de lobbying en faveur des interventions de nutrition
Activité 7	Organiser des activités de sensibilisation par la paire éducation
Activité 8	Organiser des animations des masses

Activité 9	Organiser les activités relatives au soutien à l'allaitement maternel
Activité 10	Organiser des animations des masses
Activité 11	Organiser les séances d'éducation nutritionnelle
Activité 12	Organiser des émissions télé/radio
Activité 13	Produire des microprogrammes
Activité 14	Organiser les séances des démonstrations culinaires
Activité 15	Organiser les activités de sensibilisation en rapport avec la production animale et végétale
Activité 16	Organiser les activités de sensibilisation en rapport avec la transformation et la conservation des aliments
Activité 17	Organiser les séances de pesée et de consultation dans les écoles par les prestataires
Activité 18	Mettre en place un système de gratification pour les mamans dont les enfants ont bénéficié de toutes les interventions de nutrition
Activité 19	Contractualiser avec des sociétés des communications en place pour instaurer un système de SMS rappel séance CPS aux parents et gardiens des enfants de 0 à 59 mois
Activité 20	Organiser des campagnes de récupération des cas absents, cas d'abandons et perdus de vues
Activité 21	Organiser des campagnes de recherche active des cas absents, cas d'abandons et perdus de vues
Activité 22	Organiser le volet communication dans les différentes campagnes
Activité 23	Produire des sketches télé sur les avantages des interventions de nutrition
Activité 24	Organiser des campagnes de Mass media spot annonce télé/radio
Activité 25	Réaliser les entretiens individuels dans les structures des soins
Activité 26	Réaliser des CIP dans la communauté
Activité 27	Mettre en place un système de gratification pour les mamans dont les enfants fréquenteront la PCIMA jusqu'à la guérison complète
Activité 28	Organiser les campagnes de sensibilisation sur la lutte contre la vente des pumplynut et son utilisation abusive
Activité 29	Organiser les séances de counseling dans les structures des soins
Objectif de communication 2 : augmenter de 20 % le taux des mères et gardiens des jeunes enfants qui perçoivent les bénéfices des interventions de nutrition d'ici 2030.	
Activité 30	Organiser des sessions des formations variées
Activité 31	Créer des groupes de lobbying des mères et gardien d'enfants
Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des mères et gardiens des jeunes enfants qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.	
Activité 32	Créer des groupes de soutien aux interventions de nutrition

CHAPITRE VI. MISE EN ŒUVRE DU PLAN STRATÉGIQUE NATIONAL MULTISECTORIEL DE COMMUNICATION EN NUTRITION

Le présent Plan Stratégique National Multisectoriel de Communication en Nutrition offre un cadre de communication en matière de nutrition pour assurer une synergie dans la planification, la gestion et l'exécution des interventions en communication. Il permettra le changement de comportement et la promotion des bonnes pratiques nutritionnelles en République Démocratique du Congo. Plus spécifiquement, la mise en œuvre s'articulera autour des sept (7) points suivants :

- 1) Coordination des interventions
- 2) Rôle des influenceurs et acteurs clés de communication dans le secteur de Nutrition
- 3) Cadre de mise en œuvre : principales interventions et planification
- 4) Suivi et évaluation des activités
- 5) Cadre des performances par axes stratégiques

1. Coordination des interventions

Un Comité de Pilotage Multisectoriel sera mis en place. Il aura comme dénomination « GROUPE THEMATIQUE DE COMMUNICATION EN NUTRITION » en sigle « GTC-NUT ».

1.1. Composition du groupe thématique de communication en nutrition

Ce comité sera composé de membres issus des différents secteurs impliqués dans la nutrition, et se réunira trimestriellement avec la participation des partenaires techniques et financiers.

1.2. Rôle du groupe thématique de communication en nutrition

Le comité de pilotage aura pour rôle d'assurer la coordination et le suivi-évaluation des interventions proposées dans le présent plan. A ce titre, le comité de pilotage assure le plaidoyer pour que les différents membres respectent le plan.

1.2.1. Rôle et responsabilités des acteurs

Une coordination multisectorielle efficace est un prérequis pour assurer l'exécution correcte du présent plan stratégique national multisectoriel de communication en nutrition, visant le changement social de comportement en matière de nutrition.

Le Comité de pilotage a essentiellement un rôle de coordination et de suivi évaluation. Une meilleure coordination des interventions permettra aux partenaires de ne pas dupliquer les activités, mais de les planifier de façon complémentaire et de mieux toucher les bénéficiaires, d'éviter les messages contradictoires, de rationaliser l'utilisation des ressources et d'assurer une forte couverture géographique dans le pays.

Les institutions/ministères sensibles à la Nutrition : auront des responsabilités dans le suivi des interventions du secteur de la santé en fonction de leurs apports.

Les deux chambres de parlement : en rapport avec l'allocation des ressources domestiques à la Nutrition, le suivi et le contrôle de l'action gouvernementale dans le secteur de la Nutrition.

La cour des comptes : travaille pour le contrôle de la gestion des finances allouées au secteur de la Nutrition.

Les partenaires du développement : en rapport avec le projet et programme de Nutrition financés par l'aide

extérieure et ils doivent apporter des ressources de façon effective pour l'implémentation du plan à différents niveaux.

La société civile : les ONGs du développement, les OAC, les réseaux et associations de professionnels, chacun en ce qui le concerne afin d'impulser la mise en œuvre du plan et garantir la dynamique communautaire, la bonne gouvernance et la redevabilité.

2. Rôle des influenceurs et acteurs clés de communication dans le secteur de Nutrition

Ce sous point illustre les différents acteurs clés de communication dans le secteur de Nutrition ainsi que le rôle de chacun de ses acteurs. Ces acteurs clés sont regroupés en deux grands groupes en se basant sur les principes multisectoriels, notamment : les prestataires impliqués dans le secteur spécifique de la Nutrition et ceux impliqués dans les secteurs sensibles à la Nutrition. Les différents niveaux de la pyramide constituent notre base, à savoir le niveau central, intermédiaire et opérationnel. Ceci nous a permis de ressortir les différents rôles de chaque acteur eu égard aux différentes approches à utiliser pour chaque catégorie à tous les niveaux.

2.1. Rôle des acteurs clés non-prestataires de santé

Cette catégorie regroupe les acteurs impliqués dans le Plan Stratégique National Multisectoriel de Communication en Nutrition n'œuvrant pas dans le secteur de la santé. Ces acteurs ont un rôle à jouer dans la promotion des activités de Nutrition.

Bien que les causes de la malnutrition soient liées à plusieurs facteurs, chacun de ses acteurs a un rôle à jouer dans la prévention de cette maladie. Le tableau ci-dessous illustre les différents acteurs clés non-prestataires de santé ainsi que les approches à utiliser selon leurs différents rôles à jouer :

Tableau 1. Rôle des acteurs clés non-prestataires de santé

Acteurs	Rôle	Approches à utiliser
Niveau central		
Ministère de l'Agriculture	Assurer la production agricole et la disponibilité des denrées alimentaires Initier et encourager la communauté à cultiver les jardins potagers dans les ménages de commercialisation des produits agricoles	Plaidoyer/Mobilisation institutionnelle
Ministère de pêche et élevage	Assurer la production animale et halieutique et la disponibilité des denrées alimentaires	
Ministère de l'Enseignement Primaire Secondaire et Technique	Intégrer les notions pertinentes de Nutrition dans le programme de formation à tous les niveaux Renforcer les capacités de tous les acteurs de l'éducation sur la Nutrition et la sécurité alimentaire	
Ministère de l'Économie et ministère de commerce	S'assurer que la qualité et la sécurité des produits alimentaires importés sont conformes aux normes nationales Conscientiser les secteurs privés sur les exigences liées à la nutrition et les normes de produits alimentaires importés et locaux Élaborer et actualiser les normes, les lois, les réglementations et le manuel de procédures pour contrôler la qualité et la sécurité des produits alimentaires	
Ministère du genre, famille et de l'enfant	Renforcer les capacités de cadres et agents du Ministère du genre, de la famille et de l'enfant en matière de Nutrition Promouvoir la participation significative des hommes dans les interventions de Nutrition ou la masculinité positive Renforcer l'autonomisation de la femme et de groupes vulnérables Renforcer la promotion des droits de la femme	
Ministère de la jeunesse et initiation à la nouvelle citoyenneté	Renforcer l'engagement des jeunes dans les activités de nutrition	
Ministère de la culture et arts	Renforcer l'engagement des artistes (musiciens, comédiens, peintre, sculpteurs, cinéaste, etc.) dans les activités de nutrition	
Ministère des personnes vivant avec handicap	Renforcer l'engagement des personnes vivant avec handicap	

Acteurs	Rôle	Approches à utiliser
Niveau central		
Ministère des affaires sociales, actions humanitaires et Solidarité Nationale	<p>Renforcer les capacités des agents en matière de Nutrition</p> <p>Renforcer les filets de protection sociale à dimension nutritionnelle</p> <p>Assurer la sécurité alimentaire des ménages en situation particulièrement précaire</p> <p>Mettre en place le stock stratégique en rapport avec la Nutrition</p> <p>Intégrer les notions pertinentes de Nutrition dans le programme de formation non formelle</p>	Plaidoyer
Ministère de l'Industrie	<p>Créer un cadre juridique qui exige la fortification des produits alimentaires de grande consommation</p> <p>Renforcer la capacité de l'industrie et des unités artisanales locales à produire des aliments enrichis (farines, sel, sucre, huile comestible)</p>	
Ministère de Communication et média	<p>Censurer la publication en rapport avec les produits alimentaires selon les normes du pays</p> <p>Mener les activités de mobilisation sociale en lien avec la Nutrition</p> <p>Mettre sur pieds un réseau des journalistes amis de la Nutrition</p>	
Assemblée nationale	<p>Voter les lois en faveur des interventions sensibles à la nutrition</p> <p>Assurer le suivi de la mise en œuvre des lois</p> <p>Assurer le suivi du financement alloué à la Nutrition</p>	
Ministère de droits humains	<p>Soutenir les projets des lois pour les interventions sensibles aux secteurs de la nutrition</p> <p>Défendre les droits de consommateurs</p>	
Ministère du Développement Rural	<p>Initier et encourager la communauté rurale et péri urbaine à diversifier leurs activités économiques à partir de l'agriculture ;</p> <p>Appuyer l'amélioration des infrastructures socio-économiques de base telles que les routes de dessertes agricoles, les aires de séchage, les entrepôts, les forages, les énergies renouvelables, Encourager l'utilisation des produits locaux</p> <p>Initier la mise en place des coopératives de production, Initier les paysans à la pratique de la technologie appropriée (p ex; transformation et conservation des produits agricoles)</p>	
Société civile	Mener les activités de mobilisation sociale	
PTF	Appuyer les interventions sensibles à la Nutrition	

Acteurs	Rôle	Approches à utiliser
Niveau central		
SUN	Coordonner les interventions de nutrition en recourant à une synergie	
Niveau intermédiaire		
Assemblée provinciale	Voter les lois en faveur des interventions sensibles à la nutrition Assurer le suivi de la mise en œuvre des lois Assurer le suivi du financement alloué à la Nutrition au niveau provincial	Plaidoyer/Mobilisation institutionnelle
Société civile	Mener les activités de mobilisation sociale en lien avec la Nutrition	CCC, Mobilisation sociale
SUN	Coordonner les interventions de nutrition en recourant à une synergie	
Niveau opérationnel		
Société civile	Influencer les membres de la communauté, les parents et les gardiens d'enfants à appliquer les pratiques favorables à la Nutrition	Mobilisation sociale CIP CSC
APA (Administrateurs de Territoire, les chefs des Villages)	Influencer le changement de comportement en faveur de la Nutrition	Mobilisation sociale CSC
Leaders communautaires	Influencer le changement de comportement en faveur de la Nutrition	Mobilisation sociale CSC

2.2. Rôle des acteurs clés prestataires de santé

Les acteurs prestataires de santé regroupent tous les acteurs évoluant dans le secteur de la santé à différents niveaux de la pyramide sanitaire. Le tableau ci-dessous illustre les différents acteurs clés prestataires de santé ainsi que les approches à utiliser selon leurs différents rôles à jouer :

Tableau 2. Rôle des acteurs clés prestataires de santé

Acteurs	Rôle	Approches à utiliser
Niveau central		
MSPHP, SG, IGS, PRONANUT, Conseil Consultatif Santé.	- Élaborer les normes, stratégies et directives ; - Assurer le plaidoyer ; mobiliser les ressources.	Plaidoyer
Niveau intermédiaire		

Acteurs	Rôle	Approches à utiliser
MProvincial ayant la santé en Charge, DPS, IPS, CMSP, Mouvement SUN, Conseil Consultatif Provincial	<ul style="list-style-type: none"> - Accompagner la mise en œuvre des normes, stratégies et directives au niveau opérationnel ; - Mener le plaidoyer en faveur de la Nutrition; - Mobiliser les ressources ; 	Mobilisation Sociale, Plaidoyer,
Niveau opérationnel		
BCZS, HGR/CSR, CS, CODESA/CODEV, CAC, Mouvement SUN et RECO.	<ul style="list-style-type: none"> - Assurer la mise en œuvre des normes, stratégies et directives au niveau opérationnel. - Coordonner les activités, mener le plaidoyer et mobiliser les ressources - Coordonner les interventions de Nutrition en recourant à une synergie - Coordonner les activités curatives, préventives, promotionnelles et d'appui. - Intégrer les interventions dans les structures de base de soins de santé primaires et communautaires 	CSC, Mobilisation sociale

1. Cadre de mise en œuvre

La matrice de mise en œuvre nous permet de lier les approches stratégiques aux activités et changements souhaités (résultats attendus) avec des responsabilités des acteurs impliqués. Elle prend également en compte le ciblage et la conception pour définir l'approche stratégique et les diverses combinaisons (activités et canaux) à mettre en œuvre pour atteindre les résultats escomptés. Dans ce cadre, nous avons choisi de couvrir l'évolution de l'enfant depuis sa conception jusqu'à l'âge adulte.

Approche stratégique : Plaidoyer

AUDIENCE CIBLE : PARLEMENT				Responsable	Partenaire
Activités	Niveau	Type/Canaux/Matériels	Changement souhaité 1 : Le parlement adopte des lois pour soutenir la politique nationale de nutrition en RDC		
Organiser des visites et des réunions de négociation	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition	Partenaires au développement	
Organiser des événements spéciaux Séminaire/ateliers, etc	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition	Partenaires au développement	
Organiser des réunions d'informations sur la situation nutritionnelle	Tous les niveaux	Document de politique en nutrition, Enquêtes SMART et Plan stratégique nutrition	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition	Partenaires au développement	
Organiser des sessions de formations	Environnement socio-politique	Module de formation	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition	Partenaires au développement	
Organiser des planifications conjointes	Environnement socio-politique	Bulletin d'information/ Profiles de la situation nutritionnelle en RDC	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et parlement	Partenaires au développement	
Créer des groupes de lobbying des parlementaires	Environnement socio-politique	Plan de mise en œuvre du plaidoyer des activités	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et parlement	Partenaires au développement	
Créer des cadres fonctionnels de suivi du plaidoyer	Environnement socio-politique	Plan de mise en œuvre du plaidoyer et de suivi des activités	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et parlement	Partenaires au développement	

Activités	Niveau	Type/Canaux/Matériels	Responsable	Partenaire
Changement souhaité 1 : Le parlement adopte des lois pour soutenir la politique nationale de nutrition en RDC				
Changement souhaité 2 : Le parlement adopte des politiques pour soutenir les interventions de nutrition en RDC				
Organiser des visites et des réunions de négociation	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition	Partenaires au développement
Organiser des événements spéciaux Séminaire/ateliers, etc	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition	Partenaires au développement
Organiser des réunions d'informations sur la situation nutritionnelle	Tous les niveaux	Document de politique en nutrition, Enquêtes SMART et Plan stratégique nutrition	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition	Partenaires au développement
Organiser des sessions des formations	Environnement socio-politique	Module de formation	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition	Partenaires au développement
Organiser des planifications conjointes	Environnement socio-politique	Bulletin d'information/ Profiles de la situation nutritionnelle en RDC	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et parlement	Partenaires au développement
Créer des groupes de lobbying des parlementaires	Environnement socio-politique	Plan de mise en œuvre du plaidoyer des activités	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et parlement	Partenaires au développement
Créer des cadres fonctionnels de suivi du plaidoyer	Environnement socio-politique	Plan de mise en œuvre du plaidoyer et de suivi des activités	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et parlement	Partenaires au développement
Changement souhaité 3 : L'enveloppe des ressources financières destinée aux activités de nutrition est augmentée				
Organiser des visites et des réunions de négociation	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition	Partenaires au développement

AUDIENCE CIBLE : PARLEMENT					
Activités	Niveau	Type/Canaux/Matériels	Responsable	Partenaire	
Changement souhaité 1 : Le parlement adopte des lois pour soutenir la politique nationale de nutrition en RDC					
Organiser des événements spéciaux Séminaire/ateliers, etc	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition	Partenaires au développement	
Organiser des réunions d'informations sur la situation nutritionnelle	Tous les niveaux	Document de politique en nutrition, Enquêtes SMART et Plan stratégique nutrition	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition	Partenaires au développement	
Organiser des sessions des formations	Environnement socio-politique	Module de formation	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition	Partenaires au développement	
Organiser des planifications conjointes	Environnement socio-politique	Bulletin d'information/ Profiles de la situation nutritionnelle en RDC	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et parlement	Partenaires au développement	
Créer des groupes de lobbying des parlementaires	Environnement socio-politique	Plan de mise en œuvre du plaidoyer des activités	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et parlement	Partenaires au développement	
Créer des cadres fonctionnels de suivi du plaidoyer	Environnement socio-politique	Plan de mise en œuvre du plaidoyer et de suivi des activités	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et parlement	Partenaires au développement	
Changement souhaité 4 : Le parlement fait le suivi du budget alloué à la nutrition					
Mettre en place un cadre de suivi de la mise en œuvre du plaidoyer	Environnement socio-politique	Plan de mise en œuvre du plaidoyer et de suivi des activités	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et parlement	Partenaires au développement	
AUDIENCE CIBLE : GOUVERNEMENT					
Activités	Niveau	Type/Canaux/Matériels	Responsable	Partenaire	

AUDIENCE CIBLE : PARLEMENT				
Activités	Niveau	Type/Canaux/Matériels	Responsable	Partenaire
Changement souhaité 1 : Le parlement adopte des lois pour soutenir la politique nationale de nutrition en RDC				
Changement souhaité 1 : Les ministères techniques appropriés augmentent le budget alloué aux interventions de nutrition				
Organiser des visites et des réunions de négociation	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser des événements spéciaux, Séminaire/ateliers, etc	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser des réunions d'informations sur la situation nutritionnelle	Tous les niveaux	Document de politique en nutrition, Enquêtes SMART et Plan stratégique nutrition	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser des réunions de présentation de la situation de la nutrition en conseil des ministres (réaliser un profile)	Environnement socio-politique	Module de formation	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition	Partenaires au développement
Organiser des formations des membres du gouvernement	Environnement socio-politique	Bulletin d'information/ Profiles de la situation nutritionnelle en RDC	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement
Organiser des tables rondes avec les membres du gouvernement	Environnement socio-politique	Plan de mise en œuvre du plaidoyer des activités	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement
Créer des groupes de lobbying des membres du gouvernement	Environnement socio-politique	Plan de mise en œuvre du plaidoyer et de suivi des activités	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement

AUDIENCE CIBLE : PARLEMENT				
Activités	Niveau	Type/Canaux/Matériels	Responsable	Partenaire
Changement souhaité 1 : Le parlement adopte des lois pour soutenir la politique nationale de nutrition en RDC				
Créer des cadres fonctionnels de suivi du plaidoyer	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement
Changement souhaité 2 : Les ministères techniques plaident pour l'adoption des décrets et politiques en faveur de la nutrition				
Organiser des visites et des réunions de négociation	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser des événements spéciaux, Séminaire/ateliers, etc	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser des réunions d'informations sur la situation nutritionnelle	Tous les niveaux	Document de politique en nutrition, Enquêtes SMART et Plan stratégique nutrition	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser des réunions de présentation de la situation de la nutrition en conseil des ministres (réaliser un profile)	Environnement socio-politique	Module de formation	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition	Partenaires au développement

Activités	Niveau	Type/Canaux/Matériels	Responsable	Partenaire
Changement souhaité 1 : Le parlement adopte des lois pour soutenir la politique nationale de nutrition en RDC				
Organiser des formations des membres du gouvernement	Environnement socio-politique	Bulletin d'information/ Profils de la situation nutritionnelle en RDC	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement
Organiser des tables rondes avec les membres du gouvernement	Environnement socio-politique	Plan de mise en œuvre du plaidoyer des activités	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement
Créer des groupes de lobbying des membres du gouvernement	Environnement socio-politique	Plan de mise en œuvre du plaidoyer et de suivi des activités	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement
Créer des cadres fonctionnels de suivi du plaidoyer	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement
Changement souhaité 3 : Les ministères techniques appropriés révisent à la baisse les coûts de passage des messages pour la nutrition				
Organiser des visites et des réunions de négociation	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser des événements spéciaux, Séminaire/ateliers, etc	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement

AUDIENCE CIBLE : PARLEMENT				
Activités	Niveau	Type/Canaux/Matériels	Responsable	Partenaire
Changement souhaité 1 : Le parlement adopte des lois pour soutenir la politique nationale de nutrition en RDC				
Organiser des réunions d'informations sur la situation nutritionnelle	Tous les niveaux	Document de politique en nutrition, Enquêtes SMART et Plan stratégique nutrition	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser des réunions de présentation de la situation de la nutrition en conseil des ministres (réaliser un profile)	Environnement socio-politique	Module de formation	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition	Partenaires au développement
Organiser des formations des membres du gouvernement	Environnement socio-politique	Bulletin d'information/Profiles de la situation nutritionnelle en RDC	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement
Organiser des tables rondes avec les membres du gouvernement	Environnement socio-politique	Plan de mise en œuvre du plaidoyer des activités	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement
Créer des groupes de lobbying des membres du gouvernement	Environnement socio-politique	Plan de mise en œuvre du plaidoyer et de suivi des activités	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement
Créer des cadres fonctionnels de suivi du plaidoyer	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement

AUDIENCE : PARTENAIRES DE DEVELOPPEMENT

Activités	Niveau	Type/Canaux/Matériels	Responsable	Partenaire
Changement souhaité 1 : Le parlement adopte des lois pour soutenir la politique nationale de nutrition en RDC				
Activités	Niveau (mise en œuvre)	Type/Canaux/Matériels	Responsable	Partenaire
Changement souhaité 1 : Les partenaires de développement augmentent le budget alloué aux interventions de nutrition				
Organiser des visites et des réunions de négociation	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser des événements spéciaux, Séminaire/ateliers, etc	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser les réunions d'information	Tous les niveaux	Document de politique en nutrition, Enquêtes SMART et Plan stratégique nutrition	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser des réunions de présentation de la situation de la nutrition	Environnement socio-politique	Module de formation	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition	Partenaires au développement
Organiser des réunions dans le cadre de la mise en œuvre du plaidoyer	Environnement socio-politique	Bulletin d'information/ Profiles de la situation nutritionnelle en RDC	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement
Organiser des tables rondes avec les partenaires	Environnement socio-politique	Plan de mise en œuvre du plaidoyer des activités	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement
Créer des groupes de lobbying des responsables	Environnement socio-politique	Plan de mise en œuvre du plaidoyer et de suivi des activités	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement

AUDIENCE CIBLE : PARLEMENT				
Activités	Niveau	Type/Canaux/Matériels	Responsable	Partenaire
Changement souhaité 1 : Le parlement adopte des lois pour soutenir la politique nationale de nutrition en RDC				
Créer des cadres fonctionnels de suivi du plaidoyer	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement
Changement souhaité 2 : Les partenaires de développement adoptent les nouvelles politiques en faveur des interventions de la nutrition				
Organiser des visites et des réunions de négociation	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser des événements spéciaux, Séminaire/ateliers, etc	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser les réunions d'information	Tous les niveaux	Document de politique en nutrition, Enquêtes SMART et Plan stratégique nutrition	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser des réunions de présentation de la situation de la nutrition	Environnement socio-politique	Module de formation	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition	Partenaires au développement
Organiser des réunions dans le cadre de la mise en œuvre du plaidoyer	Environnement socio-politique	Bulletin d'information/ Profils de la situation nutritionnelle en RDC	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement
Organiser des tables rondes avec les partenaires	Environnement socio-politique	Plan de mise en œuvre du plaidoyer des activités	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement
Créer des groupes de lobbying des responsables	Environnement socio-politique	Plan de mise en œuvre du plaidoyer et de suivi des activités	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement

Activités	Niveau	Type/Canaux/Matériels	Responsable	Partenaire
Changement souhaité 1 : Le parlement adopte des lois pour soutenir la politique nationale de nutrition en RDC				
Créer des cadres fonctionnels de suivi du plaidoyer	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement
AUDIENCE : MEMBRES DU COMITE MULTISECTORIEL				
Changement souhaité 1 : Les comités multisectoriels soient fonctionnels à tous les niveaux				
Organiser des visites et des réunions de négociation	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser des événements spéciaux, Séminaire/ateliers, etc	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser les réunions d'information	Tous les niveaux	Document de politique en nutrition, Enquêtes SMART et Plan stratégique nutrition	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser des réunions de présentation de la situation de la nutrition	Environnement socio-politique	Bulletin d'information/ Profiles de la situation nutritionnelle en RDC	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement
Organiser des réunions dans le cadre de la mise en œuvre du plaidoyer	Environnement socio-politique	Bulletin d'information/ Profiles de la situation nutritionnelle en RDC	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement
Organiser des sessions de formations variées	Environnement socio-politique	Module de formation	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement	Partenaires au développement

AUDIENCE CIBLE : PARLEMENT			
Activités	Niveau	Type/Canaux/Matériels	Responsable
Changement souhaité 1 : Le parlement adopte des lois pour soutenir la politique nationale de nutrition en RDC			
Créer des groupes de lobbying des responsables	Environnement socio-politique	Bulletin d'information/ Profiles de la situation nutritionnelle en RDC	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement
Organiser des réunions du comité multisectoriel	Environnement socio-politique	Bulletin d'information/ Profiles de la situation nutritionnelle en RDC	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et gouvernement
Approche stratégique : Mobilisation Sociale			
AUDIENCE CIBLE : INSTITUTIONS, ORGANISATIONS ET ENTREPRISES			
Activités	Niveau	Type/Canaux/Matériels	Responsable
Changement souhaité 1 : Les institutions, organisations et entreprises adoptent des politiques en faveur de la promotion des interventions de nutrition à tous les niveaux			
Organiser des visites et des réunions de négociation	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement
Organiser des événements spéciaux, Séminaire/ateliers, etc	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement
Organiser les réunions d'information	Environnement socio-politique	Document de politique en nutrition, Enquêtes SMART et Plan stratégique nutrition	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement
Organiser des réunions de présentation de la situation de la nutrition (réaliser un profile)	Environnement socio-politique	Document de politique en nutrition, Enquêtes SMART et Plan stratégique nutrition	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement

Organiser des sessions de formations variées sur les interventions en nutrition et en techniques de communication	Environnement socio-politique	Module de formation	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser des tables rondes avec les responsables	Environnement socio-politique	Document de politique en nutrition, Enquêtes SMART et Plan stratégique nutrition	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Créer des groupes de lobbying	Environnement socio-politique	Document de politique en nutrition, Enquêtes SMART et Plan stratégique nutrition	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Créer des cellules fonctionnelles	Environnement socio-politique	Document de politique en nutrition, Enquêtes SMART et Plan stratégique nutrition	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Changement souhaité 2 : Les membres des institutions, organisations et entreprises qui plaident pour l'adoption des politiques en faveur des interventions de nutrition				
Créer des cellules de promotion des interventions de nutrition dans les institutions, organisations et entreprises	Environnement socio-politique	Cadre de mise en œuvre et suivi des activités	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
AUDIENCE CIBLE : STRUCTURES DES SECTEURS MEDIATIQUE ET DE TELECOMMUNICATION				
Activités		Type/Canaux/Matériels	Responsable	Partenaire
Changement souhaité 1 : Les structures des secteurs des medias et telecommunication adoptent des politiques en faveur de la promotion des interventions de nutrition à tous les niveaux				
Organiser les visites et réunions de négociation	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser des événements spéciaux, Séminaire/ateliers, etc	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement

Organiser les réunions d'information	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser des réunions de présentation de la situation de la nutrition (réaliser un profiles)	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser des sessions des formations variées sur les interventions de nutrition et en techniques de communication	Environnement socio-politique	Module de formation	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Organiser des tables rondes avec les responsables	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Créer des groupes de lobbying	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et partenaires de développement	Partenaires au développement
Changement souhaité 2 : Les membres des structures des secteurs de médias et telecommunication appliquent des politiques en faveur des interventions de nutrition				
Créer des cellules de promotion des interventions de nutrition dans les structures des secteurs mediatiques	Environnement socio-politique	Cadre de mise en œuvre et suivi des activités	MSPH	Partenaires au développement
Changement souhaité 3 : Les structures des secteurs des medias et telecommunication reduisent les couts de frais en faveur de la promotion des interventions de nutrition à tous les niveaux				

Créer des cellules de promotion des interventions de nutrition dans les institutions, organisations et entreprises	Environnement socio-politique	Cadre de mise en œuvre et suivi des activités	MSHP	Partenaires au développement
AUDIENCE CIBLE : ASSOCIATIONS				
Activités	Niveau	Type/Canaux/Matériels	Responsable	Partenaire
Changement souhaité 1 : Les associations adoptent des politiques en faveur de la promotion des interventions de nutrition à tous les niveaux				
Organiser les visites et réunions de négociation	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement
Organiser des événements spéciaux, Séminaire/ateliers, etc	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement
Organiser les réunions d'information	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement
Organiser des réunions de présentation de la situation de la nutrition (réaliser un profils)	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement
Organiser des sessions des formations variées sur les interventions de nutrition et en techniques de communication	Environnement socio-politique	Module de formation	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement
Organiser des tables rondes avec les responsables	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement

Créer des groupes de lobbying	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement
Changement souhaité 2 : Les membres des structures des associations véhiculent les informations en faveur des interventions de nutrition				
Créer des cellules de promotion des interventions de nutrition dans les associations	Environnement socio-politique	Cadre de mise en œuvre et suivi des activités	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement
AUDIENCE CIBLE : JEUNES				
Activités	Niveau	Type/Canaux/Matériels	Responsable	Partenaire
Changement souhaité 1 : Les jeunes qui s'engagent à véhiculer les bonnes informations en faveur des interventions de nutrition				
Organiser les visites et réunions de négociation	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSPH, Ministère de la jeunesse, Ministère des affaires sociales, Ministères des personnes vivant avec handicap	Partenaires au développement
Organiser des événements spéciaux, Séminaire/ateliers, etc	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSPH, Ministère de la jeunesse, Ministère des affaires sociales, Ministères des personnes vivant avec handicap	Partenaires au développement
Organiser les ateliers d'information et de réflexion	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSPH, Ministère de la jeunesse, Ministère des affaires sociales, Ministères des personnes vivant avec handicap	Partenaires au développement
Organiser des formations des jeunes sur les interventions de nutrition et en techniques de communication	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSPH, Ministère de la jeunesse, Ministère des affaires sociales, Ministères des personnes vivant avec handicap	Partenaires au développement

Organiser des tables rondes avec les responsables des associations des jeunes, ministère de la jeunesse et affaires sociales	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSPH, Ministère de la jeunesse, Ministère des affaires sociales, Ministères des personnes vivant avec handicap	Partenaires au développement
Créer des groupes de lobbying des députés en faveur de la nutrition	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSPH, Ministère de la jeunesse, Ministère des affaires sociales, Ministères des personnes vivant avec handicap	Partenaires au développement
Créer des cellules des jeunes de soutien à la nutrition à tous les niveaux (provinces, communes, territoires, villages, etc.)	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSPH, Ministère de la jeunesse, Ministère des affaires sociales, Ministères des personnes vivant avec handicap	Partenaires au développement
Créer un système de gratification des championnions	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSPH, Ministère de la jeunesse, Ministère des affaires sociales, Ministères des personnes vivant avec handicap	Partenaires au développement
AUDIENCE CIBLE : PUBLICS				
Activités	Niveau	Type/Canaux/Matériels	Responsable	Partenaire
Changement souhaité 1 : Les publics véhiculent les bonnes informations en faveur des interventions de nutrition				
Organiser des émissions interactives et non interactives	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement
Organiser des événements spéciaux (carnavals, dîner, etc.) Séminaire/ateliers, etc	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement

Organiser les ateliers d'information et de réflexion	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement
Organiser l'impression des supports (tous les types)	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement
Placer des pancards dans des lieux des points chauds	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement
Organiser des activités audiovisuelle (spots, cinema, theatres, films, etc.)	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement
Organiser les activités sur les reseaux sociaux (facebook, twitter, whats app, etc.)	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement
Organiser le fonctionnement du site internet	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement
Organiser des activités digitales (SMS, U-sondage) pour la sensibilisation	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement
Créer des sessions de sensibilisation dans les lieux de grands rassemblements ou public (ex. rassemblements villageois, eglises, etc.)	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information/ Microphones/Crieurs	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement

Organiser des formations des publics sur les interventions de nutrition et en techniques de communication	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement
Organiser des tables rondes avec les publics	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement
Créer des groupes de lobbying en faveur de la nutrition	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement
Créer des cellules de soutien à la nutrition à tous les niveaux (provinces, communes, territoriales, villages, etc.)	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement
Organiser la gratification des publics champions	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	Tous les ministères impliqués dans les interventions de nutrition et société civile	Partenaires au développement
AUDIENCE CIBLE : JOURNALISTES ET AUTRES PROFESSIONNELS DE MEDIAS				
Activités		Type/Canaux/Matériels		Responsable
Changement souhaité 1 : Les journalistes et autres professionnels des medias s'engagent à véhiculer les bonnes informations en faveur des interventions de nutrition				
Organiser les visites et réunions de négociation	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSPH, Ministère de communication et médias, Agence de la presse	Partenaires au développement
Organiser des événements spéciaux, Séminaire/ateliers, etc	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSPH, Ministère de communication et médias, Agence de la presse	Partenaires au développement
Organiser les ateliers d'information et de réflexion	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSPH, Ministère de communication et médias, Agence de la presse	Partenaires au développement

Organiser des sessions de formations variées sur les interventions de nutrition	Environnement socio-politique	Module de formation	MSPH, Ministère de communication et medias, Agence de la presse	Partenaires au développement
Organiser des tables rondes avec les journalistes et professionnels des médias et le ministère de communication & medias	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSPH, Ministère de communication et medias, Agence de la presse	Partenaires au développement
Créer des groupes de lobbying des journalistes et médias en faveur de la nutrition	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSPH, Ministère de communication et medias, Agence de la presse	Partenaires au développement
Créer des cellules de soutien des journalistes et professionnels de médias à la nutrition à tous les niveaux (provinces, communes, terriroires, villages, etc.)	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSPH, Ministère de communication et medias, Agence de la presse	Partenaires au développement
Créer un système de gratification pour les meilleur journaliste et/ou professionnel des medias de promotion des interventions de nutrition	Environnement socio-politique	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSPH, Ministère de communication et medias, Agence de la presse	Partenaires au développement
AUDIENCE CIBLE : PRESTATAIRES				
Activités	Niveau	Type/Canaux/Matériels	Responsable	Partenaire
Changement souhaité 1 : Les prestataires s'engagent à encadrer les populations à pratiquer les interventions de nutrition				
Organiser les ateliers de réflexion	Prestation des services	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSPH	Partenaires au développement

Organiser des formations des prestataires sur les interventions de nutrition et les techniques de formation	Prestation des services	Module de formation	MSHP	Partenaires au développement
Organiser des planifications conjointes	Prestation des services	Cadre de mise en œuvre et suivi des activités	MSHP	Partenaires de développement
Organiser des supervisions conjointes	Prestation des services	Directives	MSHP	Partenaires de développement
Organiser le suivi et évaluation des activités	Prestation des services	Directives	MSHP	Partenaires de développement
Organiser un système de gratification de structures avec meilleures prestations	Prestation des services	Rapport de prestations	MSHP	Partenaires de développement
AUDIENCE CIBLE : INSTITUTIONS ET COMMUNAUTÉS				
Activités		Type/Canaux/Matériels		Responsable
Changement souhaité 1 : Des institutions et communautés engagés à appliquer des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition				
Organiser les réunions d'information	Prestation des services	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSHP	Partenaires au développement
Organiser des sessions de formation variées	Prestation des services	Module de formation	MSHP	Partenaires au développement
Organiser des supervisions	Prestation des services	Directives	MSHP	Partenaires au développement
Organiser des suivis et évaluation	Prestation des services	Directives	MSHP	Partenaires au développement
Organiser un système de gratification de structures avec meilleures prestations	Prestation des services	Rapport des prestations	MSHP	Partenaires au développement
AUDIENCE CIBLE : COMMUNAUTÉ				

Activités	Niveau	Type/Canaux/Matériels	Responsable	Partenaire
Changement souhaité 1 : Les acteurs communautaires s'engagent à encadrer les populations à pratiquer les interventions de nutrition				
Organiser les visites et réunions de négociation	Prestation des services	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/ Bulletin d'information	MSHP et société civile	Partenaires de développement
Organiser les réunions d'information	Prestation des services	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/ Bulletin d'information	MSHP et société civile	Partenaires de développement
Organiser des sessions de formations variées	Prestation des services	Module de formation	MSHP et société civile	Partenaires de développement
Créer des groupes de lobbying en faveur de la nutrition	Prestation des services	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/ Bulletin d'information	MSHP et société civile	Partenaires de développement
Organiser des planifications conjointes	Prestation des services	Directives	MSHP et société civile	Partenaires de développement
Organiser des supervisions	Prestation des services	Directives	MSHP et société civile	Partenaires de développement
Organiser des suivi et évaluation	Prestation des services	Directives	MSHP et société civile	Partenaire de développement
Organiser un système de gratification de structures avec meilleures prestations	Prestation des services	Rapport des prestations	MSHP	Partenaire de développement
Changement souhaité 2 : Les menages s'engagent à pratiquer les interventions de nutrition				
Organiser des réunions d'informations et de sensibilisation sur les Interventions de nutrition	Communauté	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/ Bulletin d'information	MSHP	Partenaires de développement

Organiser des causeries débats sur les interventions de nutrition	Communauté	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSHP	Partenaires de développement
Organiser des visites à domicile	Communauté	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSHP	Partenaires de développement
Organiser des séances d'éducation nutritionnelle	Communauté	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSHP	Partenaires de développement
Organiser un système de gratification	Communauté	Rapport des activités	MSHP	Partenaires de développement
Changement souhaité 3 : Les différents groupes thematiques s'engagent à encadrer les populations à pratiquer les interventions de nutrition				
Organiser les réunions d'information en faveur de la nutrition	Communauté	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSHP	Partenaires de développement
Organiser des sessions de formations variées	Communauté	Module de formation	MSHP	Partenaires de développement
Organiser des supervisions	Communauté	Directives	MSHP	Partenaires de développement
Organiser des suivi-évaluations	Communauté	Directives	MSHP	Partenaires de développement
Organiser des systèmes de gratification	Communauté	Rapport des activités	MSHP et Ministère de développement rural	Partenaires de développement

Changement souhaité 4 : Les leaders communautaires s'engagent à encadrer les populations à pratiquer les interventions de nutrition					
Organiser les visites et réunions de négociation	Communauté	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSHP	Partenaires de développement	
Organiser des événements spéciaux, Séminaire/ateliers, etc.	Communauté	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSHP	Partenaires de développement	
Organiser des causes débats sur les Interventions de nutrition	Communauté	Depliant/Affiche/ Document de plaidoyer/Bulletin d'information	MSHP	Partenaires de développement	
Organiser des sessions des formations variées	Communauté	Module de formation	MSHP	Partenaires de développement	
Organiser des planifications conjointes	Communauté	Directives	MSHP	Partenaires de développement	
Organiser des super-visions des activités	Communauté	Directives	MSHP	Partenaires de développement	
Organiser des suivi-évaluation des activités	Communauté	Directives	MSHP	Partenaires de développement	
Organiser des réunions de gratification	Communauté	Rapport d'activités	MSHP	Partenaires de développement	

APPROCHE STRATEGIQUE : COMMUNICATION POUR LE CHANGEMENT SOCIAL ET DE COMPORTEMENT (CCSC)

AUDIENCE CIBLE : MERE/GARDIENS DES JEUNES ENFANTS

Changement souhaité 1 : Les mères/gardiens des jeunes enfants qui pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)

Renforcer la sensibilisation au niveau des maternités	Communauté/ Individuel	Boite à image/Prospectus/Dépliants/ Outils numériques	MSHP/MIN GENRE	Partenaire du développement	
---	---------------------------	---	----------------	-----------------------------	--

Organiser des visites à domicile	Communauté/ Individuel	Boîte à image/Prospectus/ Dépliants	MHP/MIN GENRE	Partenaire du développement
Organiser des causeries de groupe	Communauté/ Individuel	Prospectus/ Dépliants/ Brochures/ Sketch Scénette/ Projection de film	MHP/MIN GENRE	Partenaire du développement
Renforcer la sensibilisation des mères lors de tout point de contact	Communauté/ Individuel	Boîte à image/Prospectus/ Dépliants/ Outils numériques	MHP/MIN GENRE	Partenaire du développement
Créer des groupes de soutien aux interventions de nutrition	Communauté/ Individuel	Boîte à images Prospectus/ Dépliants	MHP/MIN GENRE	Partenaire du développement
Créer des groupes de lobbying en faveur des interventions de nutrition	Communauté/ Individuel	Boîte à images Prospectus/ Dépliants	MHP/MIN GENRE	Partenaire du développement
Organiser des activités de sensibilisation par la paire éducation	Communauté/ Individuel	Boîte à images Prospectus/ Dépliants	MHP/MIN GENRE	Partenaire du développement
Organiser des animations des masses	Communauté/ Individuel	Affiches	MHP/MIN GENRE	Partenaire du développement
Organiser les activités relatives au soutien à l'allaitement maternel	Communauté/ Individuel	Boîte à images Prospectus/ Dépliants	MHP/MIN GENRE	Partenaire du développement
Organiser des animations des masses	Communauté/ Individuel	Affiches	MHP/MIN GENRE	Partenaire du développement

Organiser les séances d'éducation nutritionnelle	Communauté/ Individuel	Boîte à image/Prospectus/Dépliants	MSPH/MIN GENRE	Partenaire du développement
Organiser des émissions télé/radio	Communauté/ Individuel	Spots télé/vidéo/radio locale/Microfilm	MSPH/MIN GENRE	Partenaire du développement/ Médias
Produire des micro-programmes	Communauté/ Individuel	Microprogramme	MSPH/MIN GENRE	Partenaire du développement/ Médias
Organiser des sessions de formations variées	Communauté/ Individuel	Module de formation	MSPH/MIN GENRE	Partenaire du développement/
Organiser les séances des démonstrations culinaires	Communauté/ Individuel	Illustration démonstration culinaire/Boîte à images/ Microprogramme/Radio/TV/ Affiches	MSPH/MIN AGRI/ MIN PECHE & ELEVAGE/ MIN AFF. SOCIALES/MIN GENRE/MIN EPST	Partenaire du développement
Organiser les activités de sensibilisation en rapport avec la production animale et végétale	Communauté/ Individuel	Illustration démonstration culinaire/Boîte à images/ Microprogramme/Radio/TV/ Affiches	MSPH/ MINAGRI/ MINI PECHE ET ELEVAGE	Partenaire du développement
Organiser les activités de sensibilisation en rapport avec la transformation et la conservation des aliments	Communauté/ Individuel	Illustration démonstration culinaire/Boîte à images/ Microprogramme/Radio/TV/ Affiches	PRONANUT/DPS/ZS/ CS/OAC/ MINAGRI/ MINI PECHE ET ELEVAGE	Partenaire du développement
Organiser les séances de pesée et de consultation dans les écoles par les prestataires	Communauté/ Individuel	Boîte à images/ Prospectus/ Dépliants	Enseignants, prestataires et relais communautaires	Partenaire du développement

Mettre en place un système de gratification pour les mamans dont les enfants ont bénéficié de toutes les interventions de nutrition	Communauté/ Individuel	Boîte à images/ Prospectus/ Dépliants/Cadeau (MILDA)	MSHP	Partenaire du développement
Contractualiser avec des sociétés des communications en place pour instaurer un système de SMS rappel séance CPS aux parents et garçons des enfants de 0 à 59 mois	Communauté/ Individuel	SMS	MSPH/Min Comm et Medias	Partenaire du développement
Organiser des campagnes de récupération des cas absents, cas d'abandons et perdus de vues	Communauté/ Individuel	Projection film/Affiche/ Prospectus/Boîte à image	MSPH	Partenaire du développement
Organiser des campagnes de recherche active des cas absents, cas d'abandons et perdus de vues	Communauté/ Individuel	Projection film/Affiche/ Prospectus	MSPH	Partenaire du développement
Organiser le volet communication dans les différentes campagne	Communauté/ Individuel	Projection film/Affiche/ Prospectus	MSPH	Partenaire du développement

Produire des sketches télé sur les avantages des interventions de nutrition	Communauté/ Individuel	Spots télé/vidéo/radio locale Microfilm	MSHP/ Clubs Dimitri	Partenaire du développement
Organiser des campagnes de Mass media spot annonce télé/radio	Communauté/ Individuel	Spots télé/vidéo/radio locale Microfilm	MSHP/ Clubs Dimitri	Partenaire du développement
Réaliser les entretiens individuels dans les structures des soins	Communauté/ Individuel	Boite à image/Dépliants	MSHP/ Clubs Dimitri	Partenaire du développement
Réaliser des CIP dans la communauté	Communauté/ Individuel	Boîte à images/ Prospectus/ Dépliants/ Sketch/Scénette	MSHP/Min Aff. Sociales/ Min genre/Min Handicap/ Société civile	Partenaire du développement
Mettre en place un système de gratification pour les mères dont les enfants fréquenteront la PCIMA jusqu'à la guérison complète	Communauté/ Individuel	Prospectus/ Dépliants/Cadeau	MSHP	Partenaire du développement
Organiser les campagnes de sensibilisation sur la lutte contre la vente des pumplynut et son utilisation abusive	Communauté/ Individuel	Prospectus/ Dépliants/ Brochures/ Sketch/Scénette/ Projection de film	MSHP	Partenaire du développement
Organiser les séances de counseling dans les structures des soins	Communauté/ Individuel	Prospectus/ Dépliants/ Brochures/ Sketch/Scénette/ Projection de film	MSHP	Partenaire du développement

Changement souhaité 2 : Les FEFA qui pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)

Organiser les séances de counseling dans les structures des soins	Communauté/ Individuel	Prospectus/ Dépliants/ Brochures/ Sketch/Scenette/ Projection de film	MSHp	Partenaire du développement
Organiser des visites à domicile	Communauté/ Individuel	Prospectus/ Dépliants/ Brochures/ Sketch/Scenette/ Projection de film	MSHp	Partenaire du développement
Organiser des causeries de groupe	Communauté/ Individuel	Prospectus/ Dépliants/ Brochures/ Sketch/Scenette/ Projection de film	MSHp	Partenaire du développement
Organiser les séances des démonstrations culinaires	Communauté/ Individuel	Illustration démonstration culinaire/Boîte à images/Microprogramme/Radio/ TV/Affiches	MSHp	Partenaire du développement
Produire Sketch télé	Communauté/ Individuel	Sketch	MSHp	Partenaire du développement
Organiser les activités relatives à la promotion de la paire éducation	Communauté/ Individuel	Illustration démonstration culinaire/Boîte à images/Microprogramme/Radio/ TV/Affiches	MSHp	Partenaire du développement
Organiser des animations des masses	Communauté/ Individuel	Illustration démonstration culinaire/Boîte à images/Microprogramme/Radio/ TV/Affiches	MSHp	Partenaire du développement
Réaliser des entretiens individuels	Communauté/ Individuel	Illustration démonstration culinaire/Boîte à images/Microprogramme/Radio/ TV/Affiches	MSHp	Partenaire du développement
Organiser des causeries débats	Communauté/ Individuel	Illustration démonstration culinaire/Boîte à images/Microprogramme/Radio/ TV/Affiches	MSHp	Partenaire du développement
Créer des groupes de lobbying des FEFA	Communauté/ Individuel	Illustration démonstration culinaire/Boîte à images/Microprogramme/Radio/ TV/Affiches	MSHp	Partenaire du développement

Créer des groupes de soutien	Communauté/ Individuel	Illustration démonstration culinaire/Boîte à images/Microprogramme/Radio/ TV/Affiches	MSHP	Partenaire du développement
AUDIENCE CIBLE : GRAND-MERES ET FAMILLES				
Changement souhaité 4 : les familles accompagnent les adolescentes, les femmes en âge de procréer, les femmes enceintes, les femmes allaitantes et les mères des jeunes enfants à adopter les comportements favorables à la nutrition				
Organiser des causeries de groupe	Communauté	Prospectus/ Dépliants/ Brochures/ Sketch Scénette/ Projection de film	MSHP	Partenaire du développement
Organiser des visites à domicile	Communauté	Boîte à image/Prospectus/Dépliants	MSHP	Partenaire du développement
Organiser les séances des démonstrations culinaires	Communauté/ Structure des soins	Illustration démonstration culinaire/Boîte à images/Microprogramme/ Radio/TV/Affiches	MSHP	Partenaire du développement
Organiser des séances d'éducation nutritionnelle	Communauté/ Individuel	Prospectus/ Dépliants/ Brochures/ Sketch/Scénette/ Projection de film	MSHP	Partenaire du développement
Créer de groupes de soutien	Communauté/ Individuel	Prospectus/ Dépliants/ Brochures/ Sketch/Scénette/ Projection de film	MSHP	Partenaire du développement
Créer de groupes de lobbying	Communauté/ Individuel	Prospectus/ Dépliants/ Brochures/ Sketch/Scénette/ Projection de film	MSHP	Partenaire du développement
AUDIENCE CIBLE : HOMMES				
Changement souhaité 5 : les hommes accompagnent les adolescentes, les femmes en âge de procréer, les femmes enceintes, les femmes allaitantes et les mères des jeunes enfants à adopter les comportements favorables à la nutrition				

Organiser les activités relatives à la promotion de la paire éducation	Communauté/ Individuel	Prospectus/ Dépliants/ Brochures/ Sketch/Scenette/ Projection de film	MSHP	Partenaire du développement
Organiser les séances de sensibilisation pour l'amélioration de la production des aliments locaux et l'accès équitable dans les ménages	Communauté/ Individuel	Prospectus/ Dépliants/ Brochures/ Sketch/Scenette/ Projection de film	MSHP/MIN. AGRICULTURE/ MIN. PECHE ET ELEVAGE/ MIN. GENRE	Partenaire du développement
Organiser le counselling	Communauté/ Individuel	Prospectus/ Dépliants/ Brochures/ Sketch/Scenette/ Projection de film	MSHP/MIN GENRE	Partenaire du développement
Organiser des animations des masses	Communauté/ Individuel	Prospectus/ Dépliants/ Brochures/ Sketch/Scenette/ Projection de film	MSHP	Partenaire du développement
AUDIENCE CIBLE : FEMMES EN AGE DE PROCREER				
Changement souhaité 6 : Les FAP qui pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)				
Organiser les activités relatives à la promotion de la paire éducation	Communauté/ Individuel	Boite à image/Affiche/ Prospectus	MSHP/MIN GENRE	Partenaire du développement
Organiser des animations des masses	Communauté/ Individuel	Spots télé/vidéo/radio locale/Microfilm	MSHP/MIN GENRE	Partenaire du développement/ Médias
Organiser des visites à domicile	Communauté/ Individuel	Boite à image/Prospectus/Dépliants	MSHP/MIN GENRE	Partenaire du développement
AUDIENCE CIBLE : ADOLESCENTS ET ADOLESCENTES				
Changement souhaité 7 : Les adolescentes qui pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)				

Organiser les activités relatives à la promotion de la paire éducation	Communauté/ Individuel	Boite à image/Affiche/ Prospectus	MSHP/MIN GENRE/MIN. EPST	Partenaire du développement
Organiser des animations des masses	Communauté/ Individuel	Spots télé/vidéo/radio locale/Microfilm	MSHP/MIN GENRE/MIN. EPST	Partenaire du développement
Organiser des visites à domicile	Communauté/ Individuel	Boite à image/Prospectus/Dépliants	MSHP/MIN GENRE/MIN. EPST	Partenaire du développement
Intégrer le cours sur les interventions de nutrition au niveau des écoles primaires et secondaires	Communauté/ Individuel	Boite à image/Affiche/ Prospectus	MSHP/MIN GENRE/MIN. EPST	Partenaire du développement

1.1. Suivi et évaluation

De façon idéale, toutes les interventions de CSC seront basées sur la recherche en amont et en aval. De façon participative, les activités devront être monitorées et évaluées pour en déterminer l'impact. Ceci rendra plus systématique la documentation des bonnes pratiques et pratiques prometteuses en communication pour la nutrition.

Les principes directeurs en matière de suivi et évaluation incluent :

- La formation des intervenants en recherche qualitative et quantitative ;
- Le pré-test systématique des outils et matériels de communication élaborés. Très souvent cette étape de la conception des activités de CSC n'est pas respectée par manque de ressources (temps, finances, etc.) ;
- L'harmonisation des indicateurs de processus, de résultat et d'impact ;
- L'élaboration d'outils de suivi harmonisés et consensuels pour garantir leur administration et exploitation effectives ;
- La mise en place d'un système de vulgarisation des données résultant du suivi et de l'évaluation des interventions.

Dans le cadre de la stratégie de CSC, la dernière étape du P-Planning qui est le suivi et l'évaluation constituent deux volets distincts de la mesure de la performance :

- Le suivi est la collecte et l'analyse systématique des informations au fur et à mesure de la progression des activités de la stratégie. Le but est d'améliorer la rentabilité et l'efficacité du programme. Il aide à garder le travail sur la bonne voie et permet de faire savoir aux structures de coordination comment les activités se déroulent. Il permet également de savoir si les ressources sont suffisantes et sont utilisées comme elles le devraient et si ce qui est fait, est ce qui a été planifié. Les principaux indicateurs à prendre compte sont les indicateurs de processus de mise en œuvre de la stratégie : la production et la diffusion des matériels de communication, les activités de sensibilisation prévues au niveau de chaque axe stratégique, etc.
- L'évaluation est la comparaison entre l'effet réel du programme et le plan stratégique de mise en œuvre. Elle se rapporte à ce qui a été prévu d'être fait, ce qui a été accompli et la façon dont les activités ont été menées à bien. L'évaluation peut être formative (prenant place durant le déroulement, le cycle de vie du programme, avec l'intention d'améliorer la stratégie ou la façon de fonctionner du programme). L'évaluation peut aussi être sommative (tirant les conséquences d'un programme terminé).

1.1.1. Méthodologie du suivi et évaluation

La méthodologie suivante sera développée sur le terrain pour suivre les activités et évaluer l'impact des différentes interventions :

a) Évaluation de base :

- Analyse quantitative : Enquête Connaissances-Aptitudes-Pratiques (CAP) au niveau de la communauté ; Recherche formative
- Analyse qualitative : Focus Groupe Dirigé (FGD) des communautés, Recherches formatives, Entretien dirigé avec les prestataires, Observation des prestataires et des ménages.

b) Évaluation de processus :

- Analyse des rapports d'activités (formation, supervision, monitoring, contrôle du plan d'action, production de supports) ;
- Évaluation des procédures ;
- Monitoring et Statistiques de services.

c) Évaluation finale (interne/autoévaluation et externe/audit) :

- Enquêtes quantitatives ;

- Études qualitatives.

1.1.2. Indicateurs

De façon plus spécifique, l'évaluation de base, de processus et finale s'articuleront autour d'indicateurs suivants :

- Indicateurs d'impact : Indicateurs liés à la morbidité et mortalité et Indicateurs liés à la fréquentation dans les services de nutrition (cas d'abandon, cas d'absents, cas de perdu de vue, etc.)
- Indicateurs des sulcatures : indicateurs liés aux changement souhaité (résultats attendus)
- Initiateurs de processus : indicateurs liés aux objectifs de communication (connaissances, attitude et pratiques)

Le cadre de performance ci-dessous décrit les indicateurs de résultats et de processus.

Cadre des performances

Axe Stratégique 1. Renforcer le plaidoyer, la politique et la réglementation								
Objectif Spécifique 1.1. Mener le plaidoyer auprès des décideurs et parlementaires pour l'adoption, la mise en œuvre et le suivi des politiques et lois en faveur de l'appui à la nutrition								
Objectif comportemental 1.1.2. D'ici 2030, 80% des membres du gouvernement fassent de la nutrition une priorité et intègrent le cadre commun de résultats pour la nutrition dans les différents plans stratégiques								
Objectif	Indicateurs	Type d'indicateurs	Justification	Source des données	Début de l'étude	Cible	Année	Prochaines étapes
Les ministères techniques appropriés augmentent le budget alloué aux interventions de nutrition	Budget avant sur budget après	Indicateur de résultat	Disponibilité des fonds decaissés	Rapport d'activités/ fonds decaissés	2024	(+) 15%	2022-2024	
Les ministères techniques plaident pour l'adoption des décrets et politiques en faveur de la nutrition	% des décrets et politiques adoptés	Indicateur de résultat	Disponibilité des décrets et politiques adoptés	Rapport d'activités/ décrets et politiques adoptés	2024	20%	2022-2024	
Les ministères techniques appropriés revisitent à la baisse les coûts de passage des messages pour la nutrition	Coûts actuels sur coûts anciens	Indicateur de résultat	Disponibilité des arrêtés et grille de nouveaux coûts	Rapport d'activités/ arrêtés et grille de nouveaux coûts	2024	(-)20%	2022-2024	

Axe Stratégique 1. Renforcer le plaidoyer, la politique et la réglementation

Objectif Spécifique 1.1. Mener le plaidoyer auprès des décideurs et parlementaires pour l'adoption, la mise en œuvre et le suivi des politiques et lois en faveur de l'appui à la nutrition

Objectif comportemental 1.1.2. D'ici 2030, 80% des membres du gouvernement fassent de la nutrition une priorité et intègrent le cadre commun de résultats pour la nutrition dans les différents plans stratégiques

Objectif	Indicateurs	Type d'indicateurs	Justification	Source des données	Début de l'étude	Cible	Année	Prochaines étapes
Augmenter le taux des membres du gouvernement qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	% des membres du gouvernement qui connaissent l'importance de la nutrition sur nombre total	Indicateur de processus	Disponibilité des membres du gouvernement qui connaissent l'importance de la nutrition	Rapport d'activités/ Enquêtes/ Monitorage des statistiques	2024	90%	2022-2024	
Augmenter le taux des membres du gouvernement qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	% des membres du gouvernement qui perçoivent les bénéfices de la nutrition sur nombre total.	Indicateur de processus	Disponibilité des membres du gouvernement qui perçoivent les bénéfices de la nutrition	Rapport d'activités/ Enquêtes/ Monitorage des statistiques	2024	85%	2022-2024	

Les structures des secteurs des médias et télécommunication adoptent des politiques en faveur de la promotion des interventions de nutrition à tous les niveaux	% des politiques adoptées	Indicateurs de résultats	Disponibilité des politiques	Rapport des activités/ Existence des politiques	2024	20%	2022-2030
Les membres des structures des secteurs de médias et télécommunication appliquent des politiques en faveur des interventions de nutrition	% des membres sur total des membres sensibilisés	Indicateurs de résultats	Disponibilité des membres qui appliquent des politiques en faveur des interventions de nutrition	Rapport des activités/ Compte rendus	2024	20%	2022-2030
Les structures des secteurs des médias et télécommunication réduisent les coûts de frais en faveur de la promotion des interventions de nutrition à tous les niveaux	% des structures des secteurs des médias et télécommunication réduisent les coûts de frais en faveur de la promotion des interventions de nutrition à tous les niveaux	Indicateurs de résultats	Disponibilité des coûts de frais réduits en faveur de la promotion des interventions de nutrition à tous les niveaux	Rapport des activités/ Compte rendus/grille des coûts	2024	20%	2022-2030
Augmenter le taux des membres des structures des secteurs médias qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	% des membres des structures des secteurs médias qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	Indicateurs de processus	Disponibilité des membres qui connaissent l'importance de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	25%	2022-2030

Augmenter le taux des membres des structures des secteurs médatiques qui perçoivent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	% des membres qui perçoivent l'importance de nutrition sur le nombre total des membres	Indicateurs de processus	Disponibilité des membres qui perçoivent l'importance de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitorage des statistiques	2023	20%	2022-2026
Augmenter le taux des membres des structures des secteurs médatiques qui pratiquent les interventions de nutrition d'ici 2030.	% des membres des structures des secteurs médatiques qui pratiquent les interventions de nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des membres des structures des secteurs médatiques qui pratiquent les interventions de nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitorage des statistiques	2023	15%	2022-2026

Axe Stratégique 2. Renforcer la mobilisation institutionnelle

Objectif Spécifique 2.2. Mobiliser et sensibiliser les associations (femmes, jeunes, hommes, etc.)

Objectif comportemental 2.2.1. D'ici 2030, 20% d'associations accompagnent les interventions de nutrition sur toute l'étendue du pays

Objectif	Indicateurs	Type d'indicateurs	Justification	Source des données	Début de l'étude	Cible	Année	Prochaines étapes
Les associations adoptent des politiques en faveur de la promotion des interventions de nutrition à tous les niveaux	% des politiques adoptées	Indicateurs de résultats	Disponibilité des politiques	Rapport des activités/ Existence des politiques	2024	20%	2022-2026	
Les membres des structures des associations véhiculent les informations en faveur des interventions de nutrition	% des membres sur total des membres sensibilisés	Indicateurs de résultats	Disponibilité des membres qui appliquent des politiques en faveur des interventions de nutrition	Rapport des activités/ Comptes rendus	2024	20%	2022-2030	

Augmenter le taux des membres des associations qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	% des membres des associations qui connaissent l'importance de la nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des membres qui connaissent l'importance de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	25%	2022-2030	
Augmenter le taux des membres des associations qui perçoivent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	% des membres qui perçoivent l'importance de nutrition sur le nombre total des membres	Indicateurs de processus	Disponibilité des membres qui perçoivent l'importance de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	20%	2022-2030	
Augmenter le taux des membres des associations qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.	% des membres des associations qui adoptent les interventions de nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des membres des associations qui adoptent les interventions de nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	15%	2022-2030	

Axe Stratégique 3. Renforcer la mobilisation sociale et médiatique

Objectif Spécifique 3.1. Mobiliser et sensibiliser les publics et les jeunes à travers l'engagement des champions

Objectif comportemental 3.1.1. D'ici 2030 15% des jeunes véhiculent les bonnes informations en faveur des interventions de nutrition

Objectif	Indicateurs	Type d'indicateurs	Justification	Source des données	Début de l'étude	Cible	Année	Prochaines étapes
Les jeunes qui s'engagent à véhiculer les bonnes informations en faveur des interventions de nutrition	% des jeunes qui véhiculent l'information sur le nombre total des jeunes	Indicateurs de résultats	Disponibilité des jeunes qui véhiculent les bonnes informations en faveur des interventions de nutrition	Rapport des activités/ Compte rendu	2024	15%	2022-2026	
Augmenter le taux des jeunes qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	% des jeunes qui connaissent l'importance de nutrition sur le nombre total des jeunes	Indicateurs de processus	Disponibilité des jeunes qui connaissent l'importance de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	25%	2022-2026	
Augmenter le taux des jeunes qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	% des jeunes qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	Indicateurs de processus	Disponibilité des jeunes qui perçoivent l'importance de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	20%	2022-2030	

Augmenter le taux des jeunes qui pratiquent les interventions de la nutrition d'ici 2030.	% des jeunes qui pratiquent les interventions de la nutrition sur le nombre total des jeunes sensibilisés	Indicateurs de processus	Disponibilité des jeunes qui pratiquent les interventions de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	15%	2022-2030
---	---	--------------------------	---	--	------	-----	-----------

Axe Stratégique 3. Renforcer la mobilisation sociale et médiatique

Objectif Spécifique 3.1. Mobiliser et sensibiliser les publics et les jeunes à travers l'engagement des champions

Objectif comportemental 3.1.2. D'ici 2030, 15% des publics véhiculent les bonnes informations en faveur des interventions de nutrition

Objectif	Indicateurs	Type d'indicateurs	Justification	Source des données	Début de l'étude	Cible	Année	Prochaines étapes
Les publics véhiculent les bonnes informations en faveur des interventions de nutrition	% des publics qui véhiculent les bonnes informations en faveur des interventions de nutrition	Indicateurs de résultats	Disponibilité des publics qui véhiculent les bonnes informations en faveur des interventions de nutrition	Rapport des activités/ Compte rendus	2024	15%	2022-2030	
Augmenter le taux des publics qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	% des publics qui connaissent l'importance de nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des publics qui connaissent l'importance de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	25%	2022-2030	

Augmenter le taux des publics qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	% des publics qui perçoivent l'importance de nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des publics qui perçoivent l'importance de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitorage des statistiques	2023	20%	2022-2026	
Augmenter le taux des publics qui adoptent les interventions de la nutrition d'ici 2030.	% des publics qui adoptent les interventions de la nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des publics qui adoptent les interventions de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitorage des statistiques	2023	15%	2022-2026	

Axe Stratégique 3. Renforcer la mobilisation sociale et médiatique

Objectif Spécifique 3.2. Mobiliser et sensibiliser les journalistes et les autres professionnels de medias

Objectif comportemental 3.2.1. D'ici 2030 15% des journalistes et des autres professionnels de medias véhiculent les bonnes informations sur les interventions de nutrition

Objectif	Indicateurs	Type d'indicateurs	Justification	Source des données	Début de l'étude	Cible	Année	Prochaines étapes
Les journalistes et les autres professionnels des medias s'engagent à véhiculer les bonnes informations en faveur des interventions de nutrition	% des journalistes et professionnels de medias engagés à véhiculer l'information en faveur des interventions de nutrition	Indicateurs de resultats	Disponibilité des journalistes et des professionnels de medias engagés à véhiculer l'information en faveur des interventions de nutrition	Rapport des activités/ Compte rendus	2024	15%	2022-2030	

Augmenter le taux des journalistes et professionnels des medias qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	% des journalistes et autres professionnels des medias qui connaissent l'importance de nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des journalistes et autres professionnels des medias qui connaissent l'importance de la nutrition	Rapport des activités/ Enquetes/ Monitoring des statistiques	2023	25%	2022-2030	
Augmenter le taux des journalistes et autres professionnels des medias qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	% des journalistes et autres professionnels des medias qui perçoivent les bénéfices de la nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des journalistes et autres professionnels des medias qui perçoivent les bénéfices de la nutrition	Rapport des activités/ Enquetes/ Monitoring des statistiques	2023	20%	2022-2030	
Augmenter le taux des journalistes et les autres professionnels qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.	% des journalistes et autres professionnels des medias qui adoptent les interventions de nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des journalistes et autres professionnels des medias qui adoptent les interventions de nutrition	Rapport des activités/ Enquetes/ Monitoring des statistiques	2023	15%	2022- 2030	

Axe Strategique 4. Assurer le renforcement des systemes (santé et secteurs sensibles à la nutrition) et des capacités des agents (santé et secteurs sensibles à la nutrition) dans les formations sanitaires et communautaires

Objectif Spécifique 4.1. Ameliorer les competences des prestataires en communication en faveur des interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)

Objectif comportemental 4.1.1. D'ici 2030 15% des prestataires encadrent les populations à pratiquer les interventions de la nutrition

Objectif	Indicateurs	Type d'indicateurs	Justification	Source des données	Début de l'étude	Cible	Année	Prochaines étapes
Les prestataires s'engagent à encadrer les populations à pratiquer les interventions de nutrition	% des prestataires engagés à encadrer les populations à pratiquer les interventions de nutrition	Indicateurs de résultats	Disponibilité des prestataires engagés à encadrer les populations à pratiquer les interventions de nutrition	Rapport des activités/ Compte rendus	2024	15%	2022-2030	
Augmenter le taux de prestataires qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	% des prestataires qui connaissent l'importance de nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des prestataires qui connaissent l'importance de la nutrition	Rapport des activités/ Enquetes/ Monitoring des statistiques	2023	25%	2022-2030	
Augmenter le taux de prestataires qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	% des prestataires qui perçoivent les bénéfices de la nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des prestataires qui perçoivent les bénéfices de la nutrition	Rapport des activités/ Enquetes/ Monitoring des statistiques	2023	20%	2022-2030	
Augmenter le taux de prestataires qui pratiquent les interventions de la nutrition d'ici 2030.	% des prestataires qui pratiquent les interventions de la nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des prestataires qui pratiquent les interventions de la nutrition	Rapport des activités/ Enquetes/ Monitoring des statistiques	2023	15%	2022-2030	

Axe Strategique 4. Assurer le renforcement des systemes (santé et secteurs sensibles à la nutrition) et des capacités des agents (santé et secteurs sensibles à la nutrition) dans les formations sanitaires et communautés

Objectif Spécifique 4.2. Appuyer les institutions et les communautés en politique efficace pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition

Objectif comportemental 4.2.1. D'ici 2030 15% des institutions et communautés posséderont des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition

Objectif	Indicateurs	Type d'indicateurs	Justification	Source des données	Début de l'étude	Cible	Année	Pro-chaines étapes
Des institutions et communautés engagés à appliquer des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition	% des institutions et communautés engagés à appliquer des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition	Indicateurs de resultats	Disponibilité des institutions et communautés engagés à appliquer des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition	Rapport des activités/ Compte rendus	2024	15%	2023-2030	
Augmenter le taux des décideurs politico-administratifs des institutions et communautés qui connaissent l'importance des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition d'ici 2030.	% des décideurs politico-administratifs des institutions et communautés qui connaissent l'importance des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des décideurs politico-administratifs des institutions et communautés qui connaissent l'importance des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition	Rapport des activités/ Enquetes/ Monitrage des statistiques	2023	25%	2023-2030	

Augmenter le taux des décideurs politico-administratifs des institutions et communautés qui perçoivent l'importance des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition d'ici 2030.	% des décideurs politico-administratifs des institutions et communautés qui perçoivent l'importance des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des décideurs politico-administratifs des institutions et communautés qui perçoivent l'importance des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitore des statistiques	2023	20%	2022-2026	
Augmenter le taux des décideurs politico-administratifs des institutions et communautés qui adoptent des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition d'ici 2030.	% des décideurs politico-administratifs des institutions et communautés qui adoptent des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des décideurs politico-administratifs des institutions et communautés qui adoptent des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitore des statistiques	2023	15%	2022-2030	

Axe Stratégique 5. Renforcer la mobilisation et l'engagement des communautés

Objectif Spécifique 5.1. Mobiliser et renforcer les perceptions et les capacités des acteurs communautaires

Objectif comportemental 5.1.1. D'ici 2030, 15% des acteurs communautaires encadrent les populations à adopter les interventions de nutrition

Objectif	Indicateurs	Type d'indicateurs	Justification	Source des données	Début de l'étude	Cible	Année	Prochaines étapes
Les acteurs communautaires s'engagent à encadrer les populations à pratiquer les interventions de nutrition	% des acteurs communautaires engagés à encadrer les populations à pratiquer les interventions de nutrition	Indicateurs de résultats	Disponibilité des acteurs communautaires engagés à encadrer les populations à pratiquer les interventions de nutrition	Rapport des activités/ Comptes rendus	2024	15%	2022-2030	
Augmenter le taux des acteurs communautaires qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	% des acteurs communautaires qui connaissent l'importance de la nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des acteurs communautaires qui connaissent l'importance de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitorage des statistiques	2023	25%	2022-2030	
Augmenter le taux des acteurs communautaires qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	% des acteurs communautaires qui perçoivent l'importance de nutrition sur le nombre total des prestataires	Indicateurs de processus	Disponibilité des acteurs communautaires qui perçoivent l'importance de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitorage des statistiques	2023	20%	2022-2030	
Augmenter le taux des acteurs communautaires qui pratiquent les interventions de la nutrition d'ici 2030.	% des acteurs communautaires qui pratiquent les interventions de la nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des acteurs communautaires qui pratiquent les interventions de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitorage des statistiques	2023	15%	2022-2030	

Axe Stratégique 5. Renforcer la mobilisation et l'engagement des communautés

Objectif Spécifique 5.2. D'ici 2030, 15% des ménages pratiquent les interventions de nutrition

Objectif comportemental 5.2.1. D'ici 2030, les ménages pratiquent les interventions de la nutrition

Objectif	Indicateurs	Type d'indicateurs	Justification	Source des données	Début de l'étude	Cible	Année	Prochaines étapes
Les ménages s'engagent à pratiquer les interventions de nutrition	% des ménages engagés à pratiquer les interventions de nutrition	Indicateurs de résultats	Disponibilité des ménages engagés à pratiquer les interventions de nutrition	Rapport des activités/ Compte rendus	2024	15%	2022-2026	
Augmenter le taux des ménages qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	% des ménages qui connaissent l'importance de nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des ménages qui connaissent l'importance de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	25%	2022-2026	
Augmenter le taux des ménages qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	% des ménages qui perçoivent les bénéfices de nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des ménages qui perçoivent les bénéfices de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	20%	2022-2026	
Augmenter le taux des ménages qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.	% des ménages qui adoptent les interventions de la nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des ménages qui adoptent les interventions de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	15%	2022-2026	

Axe Stratégique 5. Renforcer la mobilisation et l'engagement des communautés

Objectif Spécifique 5.3. Renforcer l'engagement de différents groupes en tant que structure autogère sur la thématique.

Objectif comportemental 5.3.1. D'ici 2030, 15% des différents groupes thématiques véhiculent les informations sur les interventions de nutrition

Objectif	Indicateurs	Type d'indicateurs	Justification	Source des données	Début de l'étude	Cible	Année	Prochaines étapes
Les différents groupes thématiques s'engagent à encadrer les populations à pratiquer les interventions de nutrition	% des groupes thématiques engagés à encadrer les populations à pratiquer les interventions de nutrition	Indicateurs de résultats	Disponibilité des groupes thématiques engagés à encadrer les populations à pratiquer les interventions de nutrition	Rapport des activités/ Compte rendus	2024	15%	2022-2030	
Augmenter le taux des membres des différents groupes thématiques qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	% des membres des différents groupes thématiques qui connaissent l'importance de la nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des membres des différents groupes thématiques qui connaissent l'importance de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	25%	2022-2030	
Augmenter le taux des membres des différents groupes thématiques qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	% des membres des différents groupes thématiques qui perçoivent les bénéfices de la nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des membres des différents groupes thématiques qui perçoivent les bénéfices de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	20%	2022-2030	
Augmenter le taux des membres des différents groupes thématiques qui pratiquent les interventions de nutrition d'ici 2030.	% des membres des différents groupes thématiques qui pratiquent les interventions de nutrition d'ici 2030.	Indicateurs de processus	Disponibilité des membres des différents groupes thématiques qui pratiquent les interventions de nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	15%	2022-2030	

Axe Stratégique 5. Renforcer la mobilisation et l'engagement des communautés

Objectif Spécifique 5.4. Mobiliser et renforcer les perceptions, les capacités et la confiance des leaders communautaires

Objectif comportemental 5.4.1. D'ici 2030, 15% des leaders communautaires véhiculent les informations sur les comportements favorables à la nutrition

Objectif	Indicateurs	Type d'indicateurs	Justification	Source des données	Début de l'étude	Cible	Année	Prochaines étapes
Les leaders communautaires s'engagent à encadrer les populations à pratiquer les interventions de nutrition	% des leaders communautaires engagés à encadrer les populations à pratiquer les interventions de nutrition sur nombre total des prestataires	Indicateurs de résultats	Disponibilité des leaders communautaires engagés à encadrer les populations à pratiquer les interventions de nutrition	Rapport des activités/ Compte rendus	2024	15%	2022-2030	
Augmenter le taux des leaders communautaires qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	% des leaders communautaires qui connaissent l'importance de la nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des leaders communautaires qui connaissent l'importance de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	25%	2022-2026	
Augmenter le taux des leaders communautaires qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	% des leaders communautaires qui perçoivent l'importance de nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des leaders communautaires qui perçoivent l'importance de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	20%	2022-2030	

Augmenter le taux des leaders communautaires qui pratiquent les interventions de la nutrition d'ici 2030.	% des leaders communautaires qui pratiquent les interventions de la nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des leaders communautaires qui pratiquent les interventions de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	15%	2022-2030	
---	---	--------------------------	---	--	------	-----	-----------	--

Objectif Spécifique 6.1. Mobiliser et renforcer les perceptions, les capacités et la confiance des membres des familles et des hommes

Objectif comportemental 6.1.1. D'ici 2030, 15% des familles accompagnent les adolescentes, les femmes en âge de procréer, les femmes enceintes, les femmes allaitantes et les mères de jeunes enfants à pratiquer les interventions de nutrition

Objectif	Indicateurs	Type d'indicateurs	Justification	Source des données	Début de l'étude	Cible	Année	Prochaines étapes
les familles accompagnent les adolescentes, les femmes en âge de procréer, les femmes enceintes, les femmes allaitantes et les mères de jeunes enfants à pratiquer les interventions de nutrition	% des familles qui accompagnent les adolescentes, les femmes en âge de procréer, les femmes enceintes, les femmes allaitantes et les mères de jeunes enfants à pratiquer les interventions de nutrition	Indicateurs de résultats	Disponibilité des familles qui accompagnent les adolescentes, les femmes en âge de procréer, les femmes enceintes, les femmes allaitantes et les mères de jeunes enfants à pratiquer les interventions de nutrition	Rapport des activités/ Compte rendus	2024	15%	2022-2030	

Augmenter le taux des familles qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	% des familles qui connaissent l'importance de la nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des familles qui connaissent l'importance de la nutrition	Rapport des activités/ Enquetes/ Monitorage des statistiques	2023	25%	2022-2026	
Augmenter le taux des familles qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	% des familles qui perçoivent les bénéfices de la nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des familles qui perçoivent les bénéfices de la nutrition	Rapport des activités/ Enquetes/ Monitorage des statistiques	2023	20%	2022-2026	
Augmenter le taux des familles qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.	% des familles qui adoptent les interventions de nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des familles qui adoptent les interventions de nutrition	Rapport des activités/ Enquetes/ Monitorage des statistiques	2023	15%	2022-2026	

Axe Stratégique 6. Renforcer la mobilisation et l'engagement des familles

Objectif Spécifique 6.1. Mobiliser et renforcer les perceptions, les capacités et la confiance des membres des familles et des hommes

Objectif comportemental 6.1.2. D'ici 2030, 15% des hommes accompagnent les adolescentes, les femmes enceintes, les femmes allaitantes et les mères des jeunes enfants à pratiquer les interventions de nutrition

Objectif	Indicateurs	Type d'indicateurs	Justification	Source des données	Début de l'étude	Cible	Année	Prochaines étapes
les hommes accompagnent les adolescentes, les femmes en âge de procréer, les femmes enceintes, les femmes allaitantes et les mères des jeunes enfants à pratiquer les interventions de nutrition	les hommes qui accompagnent les adolescentes, les femmes en âge de procréer, les femmes enceintes, les femmes allaitantes et les mères des jeunes enfants à pratiquer les interventions de nutrition	Indicateurs de résultats	Disponibilité des hommes qui accompagnent les adolescentes, les femmes en âge de procréer, les femmes enceintes, les femmes allaitantes et les mères des jeunes enfants à pratiquer les interventions de nutrition	Rapport des activités/ Comptes rendus	2024	15%	2022-2030	
Augmenter le taux des hommes qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.	% des hommes qui connaissent l'importance de la nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des hommes qui connaissent l'importance de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	25%	2022-2030	
Augmenter le taux des hommes qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.	% des hommes qui perçoivent les bénéfices de la nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des hommes qui perçoivent les bénéfices de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	20%	2022-2030	

Augmenter le taux des hommes qui pratiquent les comportements favorables à la nutrition d'ici 2030.	% des hommes qui pratiquent les interventions de la nutrition sur le nombre total des prestataires	Indicateurs de processus	Disponibilité des hommes qui pratiquent les interventions de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	15%	2022-2026	
---	--	--------------------------	---	--	------	-----	-----------	--

Axe Stratégique 7. Renforcer l'engagement des adolescentes, femmes en âge de procréer, femmes enceintes, femmes allaitantes, mères des jeunes enfants et gardiens des jeunes enfants (moins de 5 ans)

Objectif Spécifique 7.1. Améliorer les perceptions, les capacités et la confiance des adolescentes, femmes en âge de procréer, femmes enceintes, femmes allaitantes, mères des jeunes enfants et gardiens des jeunes enfants

Objectif comportemental 7.1.1. D'ici 2030, augmenter de 15 % le taux des adolescentes qui pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)

Objectif	Indicateurs	Type d'indicateurs	Justification	Source des données	Début de l'étude	Cible	Année	Prochaines étapes
Les adolescentes pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)	% des adolescentes qui pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)	Indicateurs de résultats	Disponibilité des adolescentes qui pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)	Rapport des activités/ Compte rendus	2024	15%	2022-2026	
Augmenter le taux de adolescentes qui connaissent les avantages des interventions de nutrition d'ici 2030.	% des adolescentes qui connaissent les avantages des interventions de nutrition d'ici 2030.	Indicateurs de processus	Disponibilité des adolescentes qui connaissent l'importance de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring des statistiques	2023	25%	2022-2030	

Augmenter le taux des adolescentes qui perçoivent les bénéfices des interventions de nutrition d'ici 2030.	% des hommes qui perçoivent les bénéfices de la nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des adolescentes qui perçoivent les bénéfices de la nutrition	Rapport des activités/ Enquetes/ Monitoring des statistiques	2023	20%	2022-2030	
Augmenter le taux des adolescentes qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.	% des adolescentes qui adoptent les interventions de la nutrition sur le nombre total des prestataires	Indicateurs de processus	Disponibilité des adolescentes qui adoptent les interventions de la nutrition	Rapport des activités/ Enquetes/ Monitoring des statistiques	2023	15%	2022-2030	

Axe Stratégique 7. Renforcer l'engagement des adolescentes, femmes en âge de procréer, femmes enceintes, femmes allaitantes, mères des jeunes enfants et gardiens des jeunes enfants (moins de 5 ans)

Objectif Spécifique 7.1. Améliorer les perceptions, les capacités et la confiance des adolescentes, femmes en âge de procréer, femmes enceintes, femmes allaitantes, mères des jeunes enfants et gardiens des jeunes enfants

Objectif comportemental 7.1.2. D'ici 2030, augmenter de 15 % le taux des femmes en âge de procréer (FAP) qui pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)

Objectif	Indicateurs	Type d'indicateurs	Justification	Source des données	Début de l'étude	Cible	Année	Prochaines étapes
Les FAP pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)	% des FAP qui pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)	Indicateurs de résultats	Disponibilité des FAP qui pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)	Rapport des activités/ Comptes rendus	2024	15%	2022-2030	

Augmenter le taux de FAP qui connaissent les avantages des interventions de nutrition d'ici 2030.	% des FAP qui connaissent les avantages des interventions de nutrition d'ici 2030.	Indicateurs de processus	Disponibilité des FAP qui connaissent l'importance de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitorage des statistiques	2023	25%	2022-2026	
Augmenter le taux de FAP qui perçoivent les bénéfices des interventions de nutrition d'ici 2030.	% des FAP qui perçoivent les bénéfices de la nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des FAP qui perçoivent les bénéfices de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitorage des statistiques	2023	20%	2022-2026	
Augmenter le taux de FAP qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.	% des FAP qui adoptent les interventions de la nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des FAP qui adoptent les interventions de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitorage des statistiques	2023	15%	2022-2030	

Axe Stratégique 7. Renforcer l'engagement des adolescentes, femmes en âge de procréer, femmes enceintes, femmes allaitantes, mères des jeunes enfants et gardiens des jeunes enfants (moins de 5 ans)

Objectif Spécifique 7.1. Améliorer les perceptions, les capacités et la confiance des adolescentes, femmes en âge de procréer, femmes enceintes, femmes allaitantes, mères des jeunes enfants et gardiens des jeunes enfants

Objectif comportemental 7.1.3. D'ici 2030, augmenter de 15% le taux des femmes enceintes et allaitantes (FEFA) qui pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)

Objectif	Indicateurs	Type d'indicateurs	Justification	Source des données	Début de l'étude	Cible	Année	Prochaines étapes
Les FEFA qui pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)	% des FEFA qui pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)	Indicateurs de résultats	Disponibilité des FEFA qui pratiquent les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)	Rapport des activités/ Compte rendu	2024	15%	2022-2030	
Augmenter le taux de FEFA qui connaissent les avantages des interventions de nutrition d'ici 2030.	% des FEFA qui connaissent les avantages des interventions de nutrition d'ici 2030.	Indicateurs de processus	Disponibilité des FEFA qui connaissent les avantages des interventions de nutrition d'ici 2030.	Rapport des activités/ Enquetes/ Monitoring des statistiques	2023	25%	2022-2030	
Augmenter le taux de FEFA qui perçoivent les bénéfices des interventions de nutrition d'ici 2030.	% des FEFA qui perçoivent les bénéfices des interventions de nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des FEFA qui perçoivent les bénéfices des interventions de nutrition	Rapport des activités/ Enquetes/ Monitoring des statistiques	2023	20%	2022-2030	

Augmenter le taux des FEFA qui pratiquent les interventions de nutrition d'ici 2030.	% des FEFA qui pratiquent les interventions de nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des FEFA qui pratiquent les interventions de nutrition	Rapport des activités/ Enquetes/ Monitoring des statistiques	2023	15%	2022-2026
--	--	--------------------------	--	--	------	-----	-----------

Axe Stratégique 7. Renforcer l'engagement des adolescentes, femmes en âge de procréer, femmes enceintes, femmes allaitantes, mères des jeunes enfants et gardiens d'enfants (moins de 5 ans)

Objectif Spécifique 7.1. Améliorer les perceptions, les capacités et la confiance des adolescentes, femmes en âge de procréer, femmes enceintes, femmes allaitantes, mères des jeunes enfants et gardiens des jeunes enfants

Objectif comportemental 7.1.4. D'ici 2030, augmenter de 15 % le taux des jeunes enfants ayant bénéficié des interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)

Objectif	Indicateurs	Type d'indicateurs	Justification	Source des données	Début de l'étude	Cible	Année	Prochaines étapes
Les mères des jeunes enfants font bénéficier à leurs enfants les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)	% des mères des jeunes enfants qui font bénéficier à leurs enfants les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)	Indicateurs de résultats	Disponibilité des mères des jeunes enfants qui font bénéficier à leurs enfants les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)	Rapport des activités/ Compte rendus	2024	15%	2022-2030	

Les gardiens des jeunes enfants font bénéficier à leurs enfants les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)	% des gardiens des jeunes enfants qui font bénéficier à leurs enfants les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)	Indicateurs de resultats	Disponibilité des gardiens des jeunes enfants qui font bénéficier à leurs enfants les interventions de nutrition (sensibles et Spécifiques)	Rapport des activités/ Compte rendus	2024	15%	2022-2030
Augmenter le taux de Mères des jeunes en-fants/gardiens d'enfants qui connaissent les avantages des interventions de nutrition d'ici 2030. Augmenter le taux des Mères des jeunes en-fants/gardiens d'enfants qui perçoivent les bénéfices des interventions de nutrition d'ici 2030.	% des Mères des jeunes enfants/gardiens d'enfants qui connaissent les avantages des interventions de nutrition d'ici 2030.	Indicateurs de processus	Disponibilité des Mères des jeunes enfants/gardiens d'enfants qui connaissent les avantages des interventions de nutrition	Rapport des activités/ Enquetes/ Monitoring des statistiques	2023	25%	2022-2030
Mères des jeunes en-fants/gardiens d'enfants qui perçoivent les bénéfices des interventions de nutrition d'ici 2030.	% des Mères des jeunes enfants/gardiens d'enfants qui perçoivent les bénéfices des interventions de nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des Mères des jeunes enfants/gardiens d'enfants qui perçoivent les bénéfices des interventions de nutrition	Rapport des activités/ Enquetes/ Monitoring des statistiques	2023	20%	2022-2030

Augmenter le taux des Mères jeunes enfants/gardiens d'enfants qui pratiquent les interventions de nutrition d'ici 2030	% des Mères jeunes gardiens d'enfants qui pratiquent les interventions de la nutrition	Indicateurs de processus	Disponibilité des Mères des jeunes enfants/gardiens d'enfants qui pratiquent les interventions de la nutrition	Rapport des activités/ Enquêtes/ Monitoring statistique	2023	15%	2022-2030	
--	--	--------------------------	--	---	------	-----	-----------	--

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIE

- 1. Bulletin SNSAP N°43 du premier trimestre 2021** [Rapport] / aut. Programme National de Nutrition en collaboration avec l'Institut National des Statistiques-Ministère du Plan-Ministère de l'Agriculture. - République Démocratique du Congo : [s.n.], Mai 2021. - p. 24.
 - 2. Communiqué de presse du 30 Décembre 2021** [Rapport] / aut. United Nations of International Children's Emergency Fund. - Etats Unis : <https://www.unicef.org/drcongo/communiqués-presse/enfants-malnutrition-aigue-2021> consulté le 23 Juin 2021, Décembre 2021.
 - 3. EDS II - RDC 2013-2014** [Rapport] / aut. Ministère du plan en collaboration avec le ministère de la santé publique. - République Démocratique du Congo : [s.n.], Septembre 2014. - p. 678.
 - 4. Enquêtes sur la carence en vitamine A** [Rapport] / aut. Programme National de Nutrition. - République Démocratique du Congo : [s.n.], 1998.
 - 5. Health Communication Capacity Collaborative** [Ouvrage] / aut. Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health Center for Communication Programs. - République Démocratique du Congo : [s.n.], Novembre 2013. - p. 20.
 - 6. La Nutrition un enjeu critique** [Rapport] / aut. Save The Children. - Royaume uni : [s.n.], 2020. - p. 56.
- Le Modèle trans-théorique du changement de comportement en matière de santé** [Revue] / aut. Velicer James O. Prochaska & Wayne F. // American Journal of Health Promotion. - Rhode Island, Etats Unis : [s.n.], Septembre 1997. - 1 : Vol. 12. - p. 283.
- MICS-PALU RDC 2017-2018** [Rapport] / aut. Institution National des Statistiques. - République Démocratique du Congo : [s.n.], Juillet 2019. - p. 601.
- Rapport de la situation du 21 Octobre 2020 sur la Covid-19** [Rapport] / aut. United Nations of International Children's Emergency fund. - [s.l.] : <https://www.unicef.org/media/85276/file/DRC-Covid-19-Sitrep-21-October-2020.pdf>, Octobre 2020. - p. 9.
- Rapport sur les indicateurs de Nutrition collectés en routine du premier trimestre 2021** [Rapport] / aut. Programme National de Nutrition. - République Démocratique du Congo : [s.n.], Mai 2021. - p. 32.

LISTE DES FACILITATEURS

N°	Noms, Post noms et Prénoms	Structure	Fonctions	E-mails	Numéros Téléphones
1	Florence William Mpata	Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health/ Center For Communication Programs	Deputy Chief of Party, Technical, Research, Monitoring & Evaluation Director/DR Congo	florencem@breakthroughactiondrc.org	+243 822441151
2	Augustin NGANDU	Breakthrough ACTION, Kinshasa Democratic Republic of the Congo Johns Hopkins Center for Communication Programs	Social Behavior Change Advisor	augustinn@breakthroughactiondrc.org	+243 810502036
3	Madeleine Kasay	Breakthrough ACTION, Kinshasa, Democratic Republic of the Congo Johns Hopkins Center for Communication Programs	Social Behavior Change Advisor	madeleinek@breakthroughactiondrc.org	+243 818119130

LISTE DES PARTICIPANTS

N°	Noms, Post noms et Prénoms	Structure	Fonctions	E-mails	Numéros Téléphone
1	Mme KALENGA TSHIALA Grace TSHIALA Béatrice	PRONANUT	Directeur Adjoint	gracebeatricetshiala@gmail.com	+243 819056657
2	Mr KAMBALE SABUNI Damien SABUNI Damien	PRONANUT	Chef de Division	sabunidamien@gmail.com	+243 998548517
3	Dr. MAKENGO John John	PRONANUT	Chef de Division	j_makengo@yahoo.fr	+243 829139707
4	Mr BOSSEKOTA FULGENCE	PRONANUT	Chef de Service	fulgencebosssekota.88@gmail.com	+243 813736320
5	Dr. KUMESO Ambroise	SEC. GENERAL	Expert	doctakumeso@gmail.com	+243 898937706
6	Mme KAMUANYA KALOLO Madeleine	SEC. GENERAL	Expert	madeleinekamwanya@gmail.com	+243 812440345
7	Mr MUHIKA KASAY KASAY Dieu Merci	PRONANUT	Chef de Section	deusmkd@gmail.com	+243 815767646
8	Mme NSARHAZA Betty	PNCPS	Chef de Service	bettysarhaza@gmail.com	+243 997538685
9	Mme NZUNDU MASWAGU	PRONANUT	Chef de Section	nzunduange@gmail.com	+243 814897679
10	Mme KAMUISI Jeannette	PNCPS	Chef de Division	_kamuisi.jeannette@gmail.com	+243 993228898
11	Mr MANTSHUMBA WOTO Chadrack	PRONANUT	Chef de section	___wotochady@gmail.com	+243 820286391
12	Dr. KAKESA Djenny MAKWISA Djenny	PRONANUT	Chef de Service	djennykakesa@gmail.com	+243 812529283

N°	Noms, Post noms et Prénoms	Structure	Fonctions	E-mails	Numéros Téléphone
13	Dr. LINGILI Richard	PRONANUT	Chef de section	lingilimongdongu@gmail.com	+243 813697976
14	Mme NTUMBA MUTOMBO Mamie	PRONANUT	Chef de section	mntumba44@gmail.com	+243 810665648
15	Mme MBILA SHUKU SHUKU Francine	PRONANUT	Chef de section	mbilafrancine1@gmail.com	+243 850760414
16	Mme KUWA LANDU LANDU Césarine	PRONANUT	Chef de Service	kuwacesa@yahoo.fr	+243 816064182
17	Mr LIKELE LOASO Patrick	PNCPS	Chef de Service	patricklikele@gmail.com	+243 823411748
18	Mme BOSOMBE NDOBA	PRONANUT	Chef de Section	bbnbossombe@gmail.com	+243 811088275
19	Mr NSANA Junior MUKENDI Junior	PRONANUT	Chef de Section	juniornsana@yahoo.fr	+243 813517463
20	Mr MAMBINA DIBUIDI Yannick	PRONANUT	Chef de Section	mambinaluc@gmail.com	+243 893498193

BUDGET DES ACTIVITES DE COMMUNICATION

N° ACTIVITES	QUANTITE	C.U (\$)	2024	2025	2030	2027	2028	2029	2030
Axe Stratégique 1. RENFORCER LE PLAIDOYER, LA POLITIQUE ET LA REGLEMENTATION									
Objectif de communication 1 : augmenter à 25 % le taux des acteurs communautaires qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030									
1	Organiser les visites et réunions de négociation	20 020,00							
2	Organiser des événements spéciaux								
3	Séminaire/ateliers, etc.								
4	Organiser les réunions d'information sur la situation nutritionnelle	1 800,00							
Sous total 1		21 820,00	3 117						
Objectif de communication 2 : augmenter à 20% le taux des parlementaires qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.									
5	Organiser des sessions des formations								
6	Organiser des planifications conjointes								
7	Créer des groupes de lobbying des parlementaires								
Sous total 2		-	-	-	-	-	-	-	-
Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des parlementaires qui plaident pour l'adoption, la mise en œuvre et le suivi des lois et politiques en faveur des interventions de nutrition (spécifiques et sensibles) dans le cadre de la multisectorialité au niveau du parlement d'ici 2030.									
8	Tenir des réunions semestrielles de suivi du plaidoyer au parlement	550,00							
9	Mettre en place un cadre de suivi de la mise en œuvre du plaidoyer	0							
Sous total 3		550,00	79						
Objectif de communication 1 : augmenter de 90 % le taux des membres du gouvernement qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 2 : augmenter de 85 % le taux des membres du gouvernement qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 3 : augmenter de 80 % le taux des membres du gouvernement qui plaident en faveur des lois, politiques et accroissement de l'enveloppe budgétaire allouée aux interventions de nutrition d'ici 2030.									

BUDGET DES ACTIVITES DE COMMUNICATION

N° ACTIVITES	QUANTITE	C.U (\$)	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Axe Stratégique 1. RENFORCER LE PLAIDOYER, LA POLITIQUE ET LA REGLEMENTATION									
10	Organiser des réunions trimes- trielles du Mouvement Sun pour informer sur la situation notion- nelle	15 200,00							
Sous total		15 200,00	2 171	2 171	2 171	2 171	2 171	2 171	2 171
Objectif de communication 1 : augmenter de 90 % le taux des partenaires qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 2 : augmenter de 85 % le taux des partenaires qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 3 : augmenter de 80 % le taux des partenaires de développement qui plaident en faveur de l'accroissement l'enveloppe budgétaire allouée aux interventions de nutrition de manière appropriée d'ici 2030.									
11	Organiser des réunions trimes- trielles de présentation de la situa- tion de la nutrition aux partenaires dans des réunions de coordination	2 200,00							
Sous total		2 200,00	314	314	314	314	314	314	314
Objectif de communication 1 : augmenter de 25 % le taux des membres du comité multisectoriel qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 2 : augmenter de 20% le taux des membres du comité multisectoriel qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des membres du comité multisectoriel qui participent dans des réunions du comité multisectoriel de sécurité alimentaire et nutrition d'ici 2030.									

BUDGET DES ACTIVITES DE COMMUNICATION

N° ACTIVITES	QUANTITE	C.U (\$)	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Axe Stratégique 1. RENFORCER LE PLAIDOYER, LA POLITIQUE ET LA REGLEMENTATION									
12	Organiser des événements spéciaux								
13	Séminaire/ateliers, etc.								
14	Organiser les réunions d'information								
15	Organiser des réunions de présentation de la situation de la nutrition	Non applicable voir mouvement SUN							
16	Organiser des sessions de formations variées								
17	Créer des groupes de lobbying des responsables								
18	Organiser des réunions du comité multisectoriel								
Sous total									
TOTAL AXE1		39770	5681	5681	5681	5681	5681	5681	5681
Axe Stratégique 2 : Renforcer la mobilisation institutionnelle									
Objectif de communication 1 : augmenter à 15 % le taux des employeurs des entreprises, des organisations et des institutions qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 2 : augmenter à 20% le taux des employeurs des entreprises, des organisations et des institutions qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 3 : augmenter à 15 % le taux des employeurs des entreprises, des organisations et des institutions qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.									
19	Organiser deux (2) réunions (semestrielles) de présentation de la situation de la nutrition et de développement des stratégies			1 650					
Sous total				1 650,00	236	236	236	236	236
Objectif de communication 1 : augmenter à 25 % le taux membres des structures des secteurs médiatiques qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 2 : augmenter à 20% le taux des membres des structures des secteurs médiatiques qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 3 : augmenter à 15 % le taux membres des structures des secteurs médiatiques qui pratiquent les interventions de nutrition d'ici 2030.									

BUDGET DES ACTIVITES DE COMMUNICATION

N° ACTIVITES	QUANTITE	C.U (\$)	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Axe Stratégique 1. RENFORCER LE PLAIDOYER, LA POLITIQUE ET LA REGLEMENTATION									
20	Organiser des réunions de présentation de la situation de la nutrition avec les responsables des médias	5 650,00							
Sous total		5 650,00							
Objectif de communication 1 : augmenter à 25 % le taux des membres des associations qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 2 : augmenter à 20% le taux des membres des associations qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 3 : augmenter à 15 % le taux des membres des associations qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.									
21	Organiser des réunions au niveau des 26 provinces sur la présentation de la situation de la nutrition	20 800,00							
22	Organiser des ateliers des formations au niveau des 26 provinces sur les interventions de nutrition et en techniques de communication	132 300,00							
Sous total		153 100,00	21 871						
TOTAL AXE2		160400	22914						
Axe Stratégique 3 : Renforcer la mobilisation sociale et médiatique									
Objectif de communication 1 : augmenter à 25 % le taux des jeunes qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 2 : augmenter à 20% le taux des jeunes qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030									
Objectif de communication 3 : augmenter à 15 % le taux des jeunes qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.									
23	Organiser des réunions d'identification des associations des jeunes au niveau des 26 provinces pour la présentation de thème jeunesse et nutrition	18 460							
24	Organiser des ateliers des formations des associations des jeunes au niveau des 26 provinces sur les interventions de nutrition et en techniques de communication	161 020							

BUDGET DES ACTIVITES DE COMMUNICATION

N° ACTIVITES	QUANTITE	C.U (\$)	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Axe Stratégique 1. RENFORCER LE PLAIDOYER, LA POLITIQUE ET LA REGLEMENTATION									
Sous total		179 480,00	25 640,00	25 640,00	25 640,00	25 640,00	25 640,00	25 640,00	25 640,00
Objectif de communication 1 : augmenter à 25 % le taux des publics qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 2 : augmenter à 20% le taux des publics qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 3 : augmenter à 15 % le taux des publics qui adoptent les interventions de la nutrition d'ici 2030.									
29	Organiser des activités audiovisuelle (spots, cinéma, théâtres, films, des panneaux publicitaire dans des lieux des points chauds, etc.)	106 900,00							
30	Organiser le fonctionnement du site internet	20 800,00							
31	Organiser des activités digitales (SMS, U-sondage) pour la sensibilisation	101 980,00							
Sous total		229 680,00	32 811	32 811	32 811	32 811	32 811	32 811	32 811
Objectif de communication 1 : augmenter à 25 % le taux des journalistes et les autres professionnels qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 2 : augmenter à 20% le taux des journalistes et les autres professionnels qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 3 : augmenter de 15 % le taux des journalistes et les autres professionnels qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.									
32	Organiser des événements spéciaux,								
33	Séminaire/ateliers, etc.								
34	Organiser les ateliers d'information et de réflexion								
35	Organiser des sessions de formations variées sur les interventions de nutrition								
36	Organiser des tables rondes avec les journalistes et professionnels des médias et le ministère de communication & medias								

BUDGET DES ACTIVITES DE COMMUNICATION

N° ACTIVITES	QUANTITE	C.U (\$)	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Axe Stratégique 1. RENFORCER LE PLAIDOYER, LA POLITIQUE ET LA REGLEMENTATION									
37	Créer des groupes de lobbying des journalistes et médias en faveur de la nutrition	NA							
38	Créer des cellules de soutien des journalistes et professionnels de médias à la nutrition à tous les niveaux (provinces, communes, territoires, villages, etc.)	NA							
39	Créer un système de gratification pour le meilleur journaliste et/ou professionnel des medias de promotion des interventions de nutrition	NA							
40		NA							
TOTAL AXE 3			409160	58451	58451	58451	58451	58451	58451
Axe stratégique 4 : Assurer le renforcement des systèmes (sante et secteurs sensibles à la nutrition) et des capacités des agents (sante et secteurs sensibles à la nutrition) dans les formations sanitaires et communautés.									
Objectif de communication 1 : augmenter à 25 % le taux des prestataires qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 2 : augmenter à 20% le taux des prestataires qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030									
Objectif de communication 3 : augmenter à 15 % le taux des prestataires qui pratiquent les interventions de nutrition d'ici 2030.									
41	Organiser des formations des prestataires sur les interventions préventives de nutrition dans les 26 provinces			4 677 200,00					
42	Organiser des supervisions intégrées de nutrition trimestrielles dans les 5804 aires de santé de 26 provinces			1 700 800,00					
Sous total				6 378 000,00					
Objectif de communication 2 : augmenter à 20% le taux des décideurs politico-administratifs des institutions et communautés qui perçoivent l'importance des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 3 : augmenter à 15 % le taux des décideurs politico-administratifs des institutions et communautés qui adoptent des politiques efficaces pour la bonne mise en œuvre des activités de communication en nutrition d'ici 2030.									

BUDGET DES ACTIVITES DE COMMUNICATION

N° ACTIVITES	QUANTITE	C.U (\$)	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Axe Stratégique 1. RENFORCER LE PLAIDOYER, LA POLITIQUE ET LA REGLEMENTATION									
43	Organiser des réunions des plaidoyers dans les 26 provinces sur l'adoption et la perception de la mise en œuvre des activités de communication en nutrition	62 400,00							
Sous total		62 400,00	8 914	8 914	8 914	8 914	8 914	8 914	8 914
TOTAL AXE 4		6440400	920057						
Axe stratégique 5 : Renforcer la mobilisation et l'engagement des communautés									
Objectif de communication 1 : augmenter à 25 % le taux des acteurs communautaires qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 2 : augmenter à 20% le taux des acteurs communautaires qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 3 : augmenter à 15 % le taux des acteurs communautaires qui pratiquent les interventions de nutrition d'ici 2030.									
44	Organiser des sessions de formations variées								
45	Créer des groupes de lobbying en faveur de la nutrition								
46	Organiser des planifications conjointes								
47	Organiser des supervisions								
48	Organiser des suivis et évaluation								
49	Organiser un système de gratification de structures avec meilleures prestations								
Sous total		-	-	-	-	-	-	-	-
Objectif de communication 1 : augmenter à 25 % le taux des ménages qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 2 : augmenter à 20% le taux des ménages qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 3 : augmenter à 15 % le taux des ménages qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.									
50	Organiser des réunions d'informations et de sensibilisation sur les Interventions de nutrition	510 240,00							
51	Organiser des causeries débats sur les Interventions de nutrition	85 040,00							
52	Organiser des visites à domicile	-							

BUDGET DES ACTIVITES DE COMMUNICATION

N° ACTIVITES	QUANTITE	C.U (\$)	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Axe Stratégique 1. RENFORCER LE PLAIDOYER, LA POLITIQUE ET LA REGLEMENTATION									
53	Organiser des séances d'éducation nutritionnelle	-							
54	Organiser des supervisions								
55	Organiser des suivis et évaluation								
		cfr Activités axe 4							
Sous total		595 280,00	85 040	85 040	85 040	85 040	85 040	85 040	85 040
Objectif de communication 1 : augmenter à 25 % le taux des membres des différents groupes thématiques qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 2 : augmenter à 20% le taux des membres des différents groupes thématiques qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 3 : augmenter à 15 % le taux des membres des différents groupes thématiques qui pratiquent les interventions de nutrition d'ici 2030.									
56	Organiser les réunions d'information en faveur de la nutrition	-							
57	Organiser des sessions de formations variées	-							
58	Organiser des supervisions	-							
59	Organiser des suivi-évaluations	-							
Sous total		-	-	-	-	-	-	-	-
Objectif de communication 1 : augmenter à 25 % le taux des leaders communautaires qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 2 : augmenter à 20% le taux des leaders communautaires qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 3 : augmenter à 15 % le taux des leaders communautaires qui pratiquent les interventions de nutrition d'ici 2030.									
60	Organiser les visites et réunions de plaidoyer dans les AS	-							
61	Monitorage à la base au niveau de l'aire de santé	-							
62	Sensibilisation de la communauté par le CODESA	-							
Sous total		-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL AXE 5		595280	85040						
Axe stratégique 6 : Renforcer la mobilisation et l'engagement des familles dans les interventions de nutrition									
Objectif de communication 1 : augmenter à 25 % le taux de familles qui connaissent l'importance de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 2 : augmenter à 20% le taux des de familles qui perçoivent les bénéfices de la nutrition d'ici 2030.									
Objectif de communication 3 : augmenter à 15 % le taux de familles qui adoptent les interventions de nutrition d'ici 2030.									

BUDGET DES ACTIVITES DE COMMUNICATION

N° ACTIVITES	QUANTITE	C.U (\$)	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Axe Stratégique 1. RENFORCER LE PLAIDOYER, LA POLITIQUE ET LA REGLEMENTATION									
63	Organiser des causeries de groupe	NA							
64	Organiser des visites à domicile								
65	Organiser les séances des démonstrations culinaires	-							
66	Réaliser des Communication Interpersonnelle								
67	Créer de groupe de lobbying	NA							
68	Créer de groupe de soutien								
Sous total		-							
Objectif de communication 1 : augmenter à 25 % le taux des hommes qui connaissent l'importance de la nutrition sur la santé de leur femmes et enfants d'ici 2030.									
Objectif de communication 2 : augmenter à 20% le taux des hommes qui perçoivent les bénéfices de la nutrition sur la santé de leur femmes et enfants d'ici 2030.									
Objectif de communication 3 : augmenter à 15 % le taux des hommes qui adoptent les interventions de nutrition pour protéger la santé de la femme et de l'enfant d'ici 2030									
69	Organiser des visites de plaidoyer	-							
70	Organiser des événements spéciaux,	-							
71	Séminaire/ateliers, etc.	-							
72	Organiser les réunions d'information de plaidoyer en faveur de la nutrition dans les ministères sensibles								
73	Organiser des séminaires/ateliers								
74	Organiser des sessions des formations variées								
75	Créer des groupes de lobbying								
76	Créer des groupes de soutien								
77	Organiser des supervisions								
Sous total		-							

BUDGET DES ACTIVITES DE COMMUNICATION

N° ACTIVITES	QUANTITE	C.U (\$)	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Axe Stratégique 1. RENFORCER LE PLAIDOYER, LA POLITIQUE ET LA REGLEMENTATION									
88	Organiser des sessions des formations variées	127 560,00							
89	Créer des groupes de lobbying des hommes								
90	Créer des groupes de soutien								
91	Organiser des supervisions								
Sous total		297 640,00	42 520	42 520	42 520	42 520	42 520	42 520	42 520
TOTAL AXE 7		297640	42520						
TOTAL GENERAL		7942650	1134664						

SYNTHESE DES COUTS			
TOTAL AXE1		39 770,00	6
TOTAL AXE2		160 400,00	5
TOTAL AXE 3		409 160,00	3
TOTAL AXE 4		6440400	1
TOTAL AXE 5		595 280,00	2
TOTAL AXE 6		-	7
TOTAL AXE 7		297 640,00	4
TOTAL		7 942 650,00	
ANNUAIRE		1 134 664,29	

Avec l'appui technique et financier de
Breakthrough ACTION - USAID



USAID
DU PEUPLE AMERICAIN

Breakthrough
ACTION
FAIRE AVANCER LE CHANGEMENT
SOCIAL ET DE COMPORTEMENT

A graphic element for the Breakthrough ACTION logo, consisting of a blue square with a white curved line and a grey sphere.