

**STRATEGIE NATIONALE DE COMMUNICATION ET DE
PLAIDOYER EN FAVEUR DE LA NUTRITION
AU BURKINA FASO
2020-2024**



Juillet 2020

TABLE DES MATIERES

SIGLES ET ACRONYMES	4
Contexte	7
PARTIE 1	8
L'ANALYSE DE LA SITUATION	8
I.1. SITUATION DE LA NUTRITION	8
I.1. 1. Les faits.....	8
I.1. 2. Les déterminants.....	9
I.1. 3. La réponse.....	9
I.1. 3.1 La Politique Nationale Multisectorielle de Nutrition et les objectifs régionaux et internationaux.....	9
I.1. 3.2 Les principales interventions dans le secteur de la santé.....	10
I.1. 3.3 Les interventions dans les secteurs sensibles à la nutrition.....	10
I.1. 3.4. La coordination des activités de nutrition.....	14
I.2. SITUATION DE LA COMMUNICATION POUR LA NUTRITION	14
I.2. 1. Au plan institutionnel.....	14
I.2. 2. Au plan législatif et réglementaire.....	14
I.2. 3. Au plan opérationnel.....	15
I.2. 3.1. Les interventions étatiques.....	15
I.2. 3.2 Les interventions des partenaires techniques et financiers, réseaux, ONG/associations... ..	16
I.2. 4. Les ressources médiatiques disponibles.....	19
I.2. 4.1. Atouts et faiblesse de chaque type de média.....	22
I.2. 4.2. Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC).....	27
I.2. 4.3 Les réseaux, les canaux traditionnels et les opportunités de communication.....	27
I.2. 4.4. Les bonnes pratiques dans le domaine de la communication pour la nutrition.....	28
I.3. PROBLEMES PRIORITAIRES	29
I.3. 1. FORCES / ATOUTS.....	36
I.3. 2. FAIBLESSES /CONTRAINTEs.....	37
I.3. 3. LES PRINCIPAUX DEFIS.....	38
PARTIE 2 :	40
LES ELEMENTS DE LA STRATEGIE DE PLAIDOYER ET DE COMMUNICATION	40
II.1. VISION	40
II.2. PRINCIPES DIRECTEURS	40
II.2. 1. PRINCIPES DIRECTEURS ETHIQUES	40

II.2.	2. PRINCIPES DIRECTEURS OPERATIONNELS	40
II.3.	DOMAINES ET ORIENTATIONS STRATEGIQUES	41
II.3.	1. Domaine 1 : renforcement de la coordination et du cadre institutionnel	41
II.3.	2. Domaine 2 : dissémination des politiques et stratégies	41
II.3.	3. Domaine 3 : mobilisation de ressources	41
II.3.	4. Domaine 4 : mobilisation sociale	41
II.3.	5. Domaine 5 : renforcement de capacités, recherche et conception de supports	41
II.4.	OBJECTIF GENERAL (OG)	41
II.5.	OBJECTIFS SPECIFIQUES, RESULTATS ATTENDUS	42
II.6.	CIBLES DE LA STRATEGIE	44
II.6.	1. Les cibles du Plaidoyer	44
II.6.	2. Les cibles de la mobilisation sociale	45
II.6.	3. Les cibles de la Communication pour le changement Social et de Comportement	46
II.7.	CANAUX ET SUPPORTS	46
PARTIE 3		49
LA MISE EN ŒUVRE		49
III.	1. Cadre logique	50
III.	2. Programmation physique et financières des activités	71
III.	3. Messages clés	95
III.	4. Mécanisme de mise en œuvre	107
III.	4.1. Organe de pilotage de la stratégie	107
III.	4.2. Organe de coordination	107
III.	4.3. Cadre programmatique	107
III.	4.4. Acteurs de la mise en œuvre	108
III.	5. Suivi-Evaluation	108
III.	5.1. Suivi	109
III.	5.2. Evaluation	109
CONCLUSION		110
Annexe		111

SIGLES ET ACRONYMES

AIB : Agence d'Information du Burkina
ACDI : Agence Canadienne de Coopération Internationale
ACF : Action Contre la Faim
AGR : Activités Génératrices de Revenus
AMBF : Association des Municipalités du Burkina Faso
AMC : Association des Médias Communautaires
AN : Assemblée Nationale
ANJE : Alimentation du Nourrisson et du Jeune Enfant
ARC : Association des Radios Communautaires
ARNS : African Regional Strategy of Nutrition
ASBC : Agents de Santé à Base Communautaire
ATPC : Assainissement Total Piloté par la Communauté
CAP : Connaissances -Attitudes - Pratiques (enquêtes)
CCC : Communication pour le Changement de Comportement
CCSC : Communication pour le Changement Social et de Comportement
CD/DVD : Compact Disk et Digital Vidéo Disk
CEAS : Centre Ecologique Albert Schweitzer
CES : Conseil Economique et Social
CHN : Centre Hospitalier National
CHR : Centre Hospitalier Régional
CHU : Centre Hospitalier Universitaire
CIP : Communication Inter Personnelle
CJCN/SA : Club des Journalistes et Communicateurs pour la Nutrition et la Sécurité Alimentaire
CMA : Centre Médical avec Antenne chirurgicale
CNCI : Chambre Nationale du Commerce et de l'Industrie
CNCN : Conseil National de Concertation en Nutrition
CNPB : Conseil National du Patronat Burkinabè
CPN : Consultation Pré Natale
CPoN : Consultations Post-natale
CRCI : Chambre Régionale du Commerce et de l'Industrie
CREN : Centre de Récupération et d'Education Nutritionnelle
CRS : Catholic Relief Services
CRSBAN : Centre de Recherches en Sciences Biologiques Alimentaires et Nutritionnelles
CSLP : Cadre Stratégique de Lutte contre la Pauvreté
CSPS : Centre de santé et de Promotion Sociale
CVD : Comité Villageois de Développement
CSC : Conseil Supérieur de la Communication
DCPM : Direction de la Communication et de la Presse Ministérielle
DMI : Développement Médias International
DN : Direction de la Nutrition
DRS : Direction Régionale de la Santé
DS : District Sanitaire

EdM / ES : Ecole des Maris / Espaces Sûrs
ENN : Enquête Nutritionnelle Nationale
FAO : Organisation des Nations Unies pour l'Agriculture et l'Alimentation
FAP : Femme en Age de Procréer
IDH : Indice de Développement Humain
IEAN : Initiative des Ecoles Amies de la Nutrition
IMC : Indice de Masse Corporelle
FIDA : Fonds International de Développement Agricole
GASPA : Groupe d'Apprentissage et de Suivi des Pratiques d'ANJE
GRET : Groupe de Recherche et d'Echange Technologique
GTPOB : Groupement des Transformateurs de Produits Oléagineux
HIMO : Haute Intensité de Main d'œuvre
HKI : Helen Keller International
MAAH : Ministère de l'Agriculture et des Aménagements Hydro-agricoles
MEEVCC : Ministère de l'Environnement, de l'Economie Verte et du Changement Climatique
MENAPLN : Ministère de l'Education Nationale, de l'Alphabétisation et de la Promotion des Langues Nationales
MNT : Maladies Non Transmissibles
TIC : Technologies de l'Information et de la Communication
OCADES / CARITAS : Organisation Catholique pour le Développement et la Solidarité
ODD : Objectifs de Développement Durable
OMD : Objectif du Millénaire pour le Développement
OMS : Organisation Mondiale de la Santé
ONG/OBC : Organisation Non Gouvernementale / Organisation à Base Communautaire
PAM : Programme Alimentaire Mondial
PMA : Paquet Minimum d'Activités
PCD : Plan Communal de Développement
PCIMA : Prise en Charge Intégrée de la Malnutrition Aigüe
PCMA : Prise en Charge Communautaire de la Malnutrition Aigüe
PCIME : Prise en Charge Intégrée des Maladies de l'Enfant
PEC : Prise En Charge
PF : Planification Familiale
PFNL : Produits Forestiers Non Ligneux
PIB : Produit Intérieur Brut
PIC : Plan Intégré de Communication
PISA : Paquet Intégré des Services d'ANJE
PME / PMI : Petites et Moyennes Entreprises –Petites et Moyennes Industries
PNIN : Plateforme Nationale d'Information pour la Nutrition
PN – AEPA : Programme National d'Approvisionnement en Eau Potable et Assainissement
PNPS : Politique Nationale de Protection Sociale
PNCD : Politique Nationale de Communication pour le Développement
PNDES : Plan National de Développement Economique et Social
PNDS : Plan National de Développement Sanitaire
PNE : Politique Nationale de l'Eau

PNG : Politique Nationale du Genre
PNUD : Programme des Nations Unies pour le Développement
PPP : Partenariat Public Privé
PRD : Plan Régional de Développement
PSMN : Plan Stratégique Multisectoriel de Nutrition
PNMN : Politique Nationale Multisectorielle de Nutrition
PSNA : Politique et Stratégie Nationale d'Assainissement
PNPS : Politique Nationale de Protection Sociale
PNSAN : Politique Nationale de Sécurité Alimentaire et Nutritionnelle
PNS : Politique Nationale de Santé
PTF : Partenaire Technique et Financier
REACH : Renewed Efforts Against Child Hunger
REGIS- ER : Résilience et Croissance Economique – Résilience Améliorée
RESONUT : Réseau de la Société Civile pour la Nutrition
SCAAD : Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable
SNB : Société de Nutrition du Burkina
SODEPAL : Société d'Exploitation des Produits Alimentaires
SONACIB : Société nationale d'exploitation et de distribution cinématographiques du Burkina
SPRING : Supports the Resilience and Economic Growth in Sahel
SUN : Scaling Up Nutrition
TPI et TPIg : Traitement Préventif Intermittent et Traitement Préventif Intermittent de la Grossesse
RTB /Télé : Radio -Télévision du Burkina/Télé
UE : Union Européenne
UEMOA : Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
UNDAF : United Nations Development Assistance Framework, Plan cadre des Nations Unies pour le développement
UNFPA : Fonds des Nations Unies pour la Population
UNHCR : Haut-Commissariat des Nations Unies pour les Réfugiés
UNICEF : Fonds des Nations Unies pour l'Enfance
USAID : United State Agency for International Development
VAD : Visite A Domicile
WASH : Eau potable, Assainissement et Hygiène

Contexte

Le Burkina Faso est un pays enclavé de 274 200 km² situé dans la boucle du Niger et qui a pour voisins le Mali au nord et à l'ouest, le Niger à l'Est, le Bénin, le Togo, le Ghana et la Côte d'Ivoire au sud. Sans accès à la mer le pays est drainé par trois fleuves : le Mouhoun, le Nazinon et le Nakambé. Il fait face sur une grande partie de son territoire à des conditions climatiques et agro-écologiques difficiles (inondations, sécheresses, invasions acridiennes) mettant une partie de sa population dans une situation d'insécurité alimentaire quasi constante.

Un pays abritant 20 487 979 habitants¹ dont 51,7 % de femmes et 48,3 % d'hommes et qui se caractérise par sa jeunesse avec 45,3 % de moins de 15 ans. Les enfants de moins de 0-4 ans représentent 16,2% de la population totale. Quant aux femmes en âge de procréer (15-49 ans), elles constituent 24 % de la population totale. Avec un taux d'accroissement annuel de 3,1 % la population du Burkina Faso doublera en 22 ans, ce qui minimisera l'impact des initiatives de développement notamment dans l'éducation et la santé. Environ trois habitants sur quatre résidents en milieu rural². Sur le plan migratoire, le Burkina Faso est connu depuis les années 1960 comme un pays de forte émigration, notamment vers la Côte d'Ivoire. On note une augmentation progressive du nombre de personnes sortant du pays depuis 2002³.

Le Burkina Faso est un pays avec des écarts importants de peuplement selon les régions administratives. Avec une population de trois millions d'habitants, la région du Centre qui abrite la capitale administrative (Ouagadougou) est la plus peuplée⁴ ; À l'opposé, la région du Centre-Sud est la moins peuplée avec 3,8 % de la population.

Le Burkina Faso est administrativement découpé en 13 régions, 45 provinces, 351 départements et plus de 300 communes majoritairement rurales et quelques 8000 villages. Un Haut- Commissaire Provincial représente l'Etat pour la province et un Préfet pour les départements. Au niveau des 13 régions siège un Conseil Régional formé des élus de chaque commune. Au niveau des Communes siège le conseil municipal dont les membres sont élus. Enfin au niveau des villages existent des Conseils Villageois de Développement (CVD). Le mouvement de décentralisation est mis en œuvre en application de la loi n° 055-2004/AN portant Code Général des Collectivités territoriales.

Un pays à vocation essentiellement agricole où l'agriculture et l'élevage occupent plus des trois quarts de la population active et contribuent pour 37 % au PIB mais un pays à faible revenu avec une économie à forte vulnérabilité. De 1960 à 2014, le revenu par habitant n'a augmenté que d'environ 2% l'an, ce qui n'a pas permis d'améliorer considérablement les conditions de vie des Burkinabè avec parallèlement un taux d'accroissement démographique de 3,1 % l'an. Cette situation est la conséquence de la persistance de la pauvreté dont l'incidence se situait à 40,1% en 2014⁵, d'un fort taux d'analphabétisme des personnes de plus de 15 ans (65,5%) d'une espérance de vie moyenne de moins de 60 ans, ainsi que d'une forte exploitation et consommation de ressources naturelles. Malgré une croissance relativement élevée au cours des 10 dernières années⁶ le pays connaît une situation de pauvreté remarquable. Neuf (09) pauvres sur dix (10) vivent en milieu rural alors qu'en milieu urbain, l'incidence a été divisée par deux environ. Cette situation de pauvreté est caractérisée par un accès difficile aux services sociaux de base, par le chômage, l'analphabétisme, des conditions d'habitat précaire, un statut de la femme peu avantageux et

¹ Au RGPH 2019

² Le taux d'urbanisation est de 26 %.

³ Le pays a enregistré 38 323 départs en 2002 contre 60 449 en 2006.

⁴ Elle représente 12 % de la population

⁵ Seuil de pauvreté estimé à 153 530 FCFA, contre 46,7% en 2009, pour un seuil de 108 454 FCFA

⁶ 5,2 % entre 2000 et 2009 – SCADD

un niveau élevé de malnutrition. Le pays occupe le 182^{-ème} rang sur 186 pays selon l'Indice du développement humain⁷ (IDH) soit 0,43.

Pauvre en ressources naturelles, l'économie du pays est fortement tributaire des exportations de coton et vulnérable aux chocs exogènes. Au cours des dernières années, le secteur minier s'est développé. En 2017, il représentait 71 % des recettes d'exportation.

Le niveau d'instruction de la population reste faible malgré des progrès constants dans le Taux brut de scolarisation (TBS) au primaire : 71 % des Burkinabè de 6 ans et plus n'ont pas fréquenté l'école, 21% ont un niveau primaire et seulement 9 % ont un niveau secondaire ou plus.⁸ Le taux d'alphabétisation est également très faible avec 67 % des hommes qui ne savent ni lire ni écrire contre 80% des femmes. Sur le plan religieux, l'islam est la religion majoritaire au Burkina Faso (61 % de la population). Ensuite viennent dans l'ordre décroissant la religion catholique (19 %), la religion traditionnelle ou l'animisme (15 %) et la religion protestante (4 %) ⁹.

Les autorités depuis des années se sont engagées à lutter contre la pauvreté dans le cadre de la réalisation des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD) jusqu'en 2015, puis maintenant des Objectifs de Développement Durable (ODD) à l'horizon 2030. Le pays a adopté en 2000 un Cadre stratégique de lutte contre la pauvreté (CSLP) révisé en 2003 pour couvrir la période 2004-2006. En 2010, les autorités burkinabè ont initié dans une démarche participative, la formulation d'une Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable (SCADD), dont l'ambition était d'atteindre un taux de croissance de 10 % par an pour réduire la pauvreté à 35% à l'horizon 2015¹⁰. Désormais, le Plan national de développement économique et social 2016-2020 (PNDES) constitue le cadre de référence global en matière de planification des interventions de développement. Il tire ses sources des aspirations légitimes et profondes du peuple, pour une société nouvelle fondée sur les valeurs de démocratie et d'égalité. Il s'imprègne de la conjoncture sociopolitique et sécuritaire récente dont les points culminants ont été l'insurrection populaire des 30 et 31 octobre 2014, la tentative de coup d'État du 16 septembre 2015 et l'attaque terroriste du 15 janvier 2016. Cette conjoncture met en lumière la forte demande sociale en matière de justice et de sécurité, d'accès à l'emploi, à des infrastructures et des services sociaux de qualité.

PARTIE 1

L'ANALYSE DE LA SITUATION

I.1. SITUATION DE LA NUTRITION

I.1.1. Les faits

Selon les résultats des enquêtes SMART 2009 et 2019, la prévalence **de la malnutrition chronique** chez les enfants de moins de cinq ans est passée de 35,1% en 2009 à 25,4 % en 2019. Celle de la **malnutrition aiguë** est passée de 11,3% en 2009 à 8,1% en 2019. **La prévalence de l'Insuffisance pondérale** quant à elle est passée de 26% en 2009 à 17,3% en 2019. En 2010, 16% des femmes en âge

⁷ Selon le dernier rapport UNDP de 2019. La moyenne pour l'ensemble du continent africain est de 0,52

⁸ Pourtant le taux brut de scolarisation au primaire est passé de 45,9% en 2000 à 83,7% en 2015. Source PNDES

⁹ Selon RGPH 2006

¹⁰ Elle était de 40,1 % en 2014 au niveau national mais avec certaines régions très nettement au-dessus comme le Centre-Ouest (51,7%), la Boucle du Mouhoun (59,7%) et du Nord (70,4%),

de procréer avaient un IMC en dessous de 18,5 avec un écart important entre milieu rural et milieu urbain (19 % contre 8 %). Le taux d'allaitement exclusif est de 59,1% en 2019 et celui de l'alimentation minimum acceptable chez les enfants de 6 à 23 mois est de 17,4%.

L'anémie, toutes formes confondues, touche¹¹ 72,5% des femmes enceintes, 83,4% des enfants de 6-59 mois et 67,7% des enfants d'âge scolaire. L'ENIAB 2014, a montré que seulement 23% des ménages consomment du sel adéquatement iodé au Burkina Faso.

Au contraire 13,4 % de la population en 2013 présentait un surpoids et 4,5% d'obèses¹².

Malgré de nombreuses avancées traduites par l'amélioration des principaux indicateurs, la situation nutritionnelle au Burkina Faso reste largement insatisfaisante.

I.1.2. Les déterminants

Les facteurs déterminants de la malnutrition et des carences en micronutriments sont essentiellement liés :

- A la faible diversification alimentaire chez la femme enceinte ;
- Au suivi insuffisant du gain de poids chez la femme enceinte ;
- A la faible observance de la prise du fer acide folique chez les femmes enceintes ;
- A l'insuffisance des pratiques optimales d'allaitement exclusif ;
 - retard de la mise au sein de l'enfant après l'accouchement ;
 - don d'aliment, d'eau ou d'autres liquides avant l'âge de six mois de l'enfant ;
- à la précarité des soins apportés aux enfants ;
- à la persistance des maladies parasitaires et infectieuses ;
- au faible accès aux services de santé et aux services sociaux ;
- à l'insuffisance d'accès à l'eau potable et à l'hygiène, à l'insalubrité des aliments ;
- aux pesanteurs socioculturelles (tabous alimentaires, refus de donner le colostrum, accouchement à domicile etc...).

Ces déterminants seraient eux-mêmes influencés par :

- l'insécurité alimentaire des ménages dans certaines régions,
- le faible niveau d'éducation des mères,
- la pauvreté des ménages ;
- la situation précaire de la femme ;
- le nombre élevé de personnes déplacées internes (PDI) du à l'insécurité

I.1.3. La réponse

I.1.3.1 La Politique Nationale Multisectorielle de Nutrition et les objectifs régionaux et internationaux

Conscient que la malnutrition est un problème transversal dont le dénouement requiert des actions multiformes et multisectorielles et qu'un bon état nutritionnel favorise la croissance macroéconomique et sociale, le Gouvernement a affiché une volonté politique pour accélérer la réduction de la malnutrition et

¹¹ ENIAB 2014

¹² Enquête STEPS 2013

en particulier la malnutrition chronique. En juin 2020, le document de Politique nationale multisectorielle de nutrition a été adopté. Par l'adoption cette politique nationale, le Gouvernement du Burkina Faso réaffirme son engagement à assurer une meilleure sécurité nutritionnelle de la population.

L'atteinte de l'objectif général visé par la politique nationale de nutrition à savoir : « améliorer l'état nutritionnel des populations à travers la mise en œuvre d'interventions multisectorielles » se décline au travers quatre orientations stratégiques : i) réduction de la sous nutrition ; ii) réduction des carences en micronutriments ; iii) renforcement de la lutte contre la surnutrition et les maladies chroniques non transmissibles liées à la nutrition ; iv) amélioration de la gouvernance en matière de nutrition.

Parallèlement plusieurs documents de politique et stratégies ont été élaborés par des secteurs sensibles à la nutrition et dont la mise en œuvre contribue de manière significative à l'amélioration de l'état nutritionnel des populations. De manière globale il y a le Plan national de développement économique et Social (2016), nouveau référentiel de développement qui intègre la nutrition au nombre des effets attendus. L'on peut citer au niveau sectoriel, la Politique Nationale de Santé (PNS), la Politique Nationale de Sécurité Alimentaire et Nutritionnelle (PNSAN), , la Stratégie de l'initiative « Plus fort avec le Lait Maternel Uniquement-PFLMU », la Politique et Stratégie Nationale d'Assainissement (PSNA), la Politique Nationale de l'eau (PNE), la Politique nationale Genre (PNG), la Politique Nationale de Protection Sociale (PNPS), la Politique Nationale d'Action Sociale (PNAS).

I.1. 3.2 Les principales interventions dans le secteur de la santé

La Direction de la Nutrition du Ministère de la santé détient le leadership des interventions en nutrition du point de vue prévention et Prise en charge (PEC). Parallèlement, le Secrétariat Technique chargé de l'Alimentation et de la Nutrition (STAN) est le point focal SUN au Burkina et assure la coordination multisectorielle de nutrition. La Direction de la nutrition impulse et suit les activités sur le terrain à travers des Directions régionales de la santé (DRS), qui couvrent un ensemble de Districts sanitaires (DS). L'échelon le plus périphérique est le CSPS, Centre de Santé et de Promotion Sociale.

Outre dans les structures publiques de santé, la prise en charge de la malnutrition aiguë modérée et sévère est assurée par plusieurs ONG internationales et la prévention par une myriade d'ONG locales contractualisées qui, à leur tour, supervisent des Organisations à Base Communautaire (OBC) qui réalisent sur le terrain, dans les villages, les activités de dépistage et de sensibilisation.

Enfin, au niveau communautaire, interviennent les Agents de santé à base communautaire (ASBC). Deux par village, ils sont formés et couvrent toutes les thématiques dont la nutrition et tout ce qui impacte sur elle. Actuellement une initiative communautaire est menée pour assurer le dépistage et la prévention de la malnutrition au plus près des populations. Il s'agit des GASPA, Groupes d'apprentissage et de suivi des pratiques d'ANJE. Petits groupes d'une quinzaine de personnes ciblées (femmes enceintes, femmes allaitantes d'enfants âgés de 0 à 6mois et de 6 à 23 mois), ces GASPA encadrés par les ASBC permettent aux populations de base de s'approprier les connaissances pour développer entre autres des comportements favorables à l'amélioration du statut nutritionnel des familles.

I.1. 3.3 Les interventions dans les secteurs sensibles à la nutrition

Plusieurs autres secteurs que la santé impacte de façon plus ou moins directe mais toute aussi importante sur la situation nutritionnelle. Ce sont le secteur de l'agriculture et la sécurité alimentaire, le secteur de l'eau, l'hygiène et l'assainissement, le secteur de la Protection Sociale, et le secteur de l'Education.

SECTEUR	IMPACT POSITIF / CONTRIBUTION A LA NUTRITION	CONTRAINTES
Sécurité alimentaire	<p>la promotion de la production de denrées alimentaires diverses, saines et riches en nutriments ;</p> <p>la promotion de la fortification (y compris bio fortification) des aliments ;</p> <p>la promotion de l'utilisation des semences améliorées (rendement et nutriments) ;</p> <p>la promotion de la culture maraichère ;</p> <p>la promotion des filières agricoles ;</p> <p>la promotion de l'accès aux actifs et aux intrants ;</p> <p>la promotion de l'étiquetage des denrées alimentaires ;</p> <p>le renforcement des capacités des acteurs en matière de transformation et de conservation des aliments à travers l'amélioration des techniques de transformation et de stockage des aliments ;</p> <p>la promotion de la qualité, sécurité sanitaire et hygiène des aliments ;</p> <p>la promotion de l'éducation alimentaire et nutritionnelle ;</p> <p>la promotion de la consommation des produits et mets nationaux ;</p> <p>la prévention, réduction et gestion des pertes et gaspillages alimentaires ;</p> <p>la recherche axée sur l'amélioration de la productivité et de la qualité nutritionnelle des aliments ;</p>	<p>Persistence de la publicité et la promotion des aliments et des boissons riches en matières grasses, en sucres et en sel auprès des enfants et des adolescents.</p> <p>Faible autoconsommation des produits agricoles, animaliers et forestiers générateurs de revenu.</p> <p>Les interventions agricoles sensibles à la nutrition ne sont toujours pas bien appropriées par tous les acteurs du secteur rural.</p> <p>Insuffisance d'intégration des interventions agricoles sensibles à la nutrition dans différents projets/programmes du secteur rural</p> <p>Accessibilité réduite des femmes aux ressources de productions :</p> <p>Faible accès au foncier,</p> <p>Insuffisance d'appui aux organisations féminines</p> <p>Faible maîtrise des technologies de production et transformation à faible pénibilité au travail</p>

	<p>le contrôle des prix des aliments pour promouvoir une alimentation saine et équilibrée ;</p> <p>l'application de technologies permettant d'alléger la charge de travail ;</p> <p>la collecte et analyse des données sur la composition des aliments et/ou des mets ;</p> <p>la réduction des obstacles pesant sur le commerce des fruits et légumes</p> <p>PFNL : amandes de karité et produits dérivés, poudre de pain de singe, feuilles et poudre de feuilles de baobab ; graines et poudre de néré¹³ riches en micronutriments pouvant améliorer le bilan nutritionnel des populations</p> <p>Petit élevage : consommation des produits animaux : viande, lait, œufs et contribution à la résilience et au soutien des ménages vulnérables.</p>	
Eau, hygiène et assainissement	<p>Plusieurs comportements peuvent faire éviter les maladies :</p> <p>la promotion de lavage des mains aux moments critiques évite les maladies ;</p> <p>l'accès aux infrastructures d'assainissement et à l'eau potable ;</p> <p>la promotion des bonnes pratiques de transport, stockage, conservation et traitement de l'eau ;</p>	<p>Taux d'accès à l'eau potable de 76% en 2014 au niveau national. 30,4% des ménages n'avaient pas accès à l'eau potable en milieu rural contre 6,5% en milieu urbain¹⁴.</p>

	la promotion de la stratégie harmonisée de l'Assainissement Total Piloté par la Communauté (ATPC).	Taux d'accès des ménages à l'assainissement était de 32% en milieu urbain contre 9% en milieu rural ¹⁵ en 2014 Taux de défécation à l'air libre : 80,4% en 2010 ¹⁶
Protection sociale	Lutte contre la pauvreté et la vulnérabilité Programmes de filets sociaux comprenant les transferts monétaires (cash transfert), les transferts en nature, les subventions et exemptions et les travaux à Haute intensité de main-d'œuvre (HIMO). Avec la Banque mondiale, le gouvernement s'est engagé dans un projet pilote de Cash Transfert appelé «Burkin Naong saya» d'un coût de 25 milliards de FCFA. Gratuité des frais pour les soins des enfants de moins de 5 ans.	
Education	Interventions sensibles à la nutrition : promotion d'activités d'hygiène et de nutrition en milieu scolaire, cantines et jardins scolaires, Scolarisation/maintien des filles à l'école : taux d'achèvement au primaire des filles passé de 25,9% en 2004 à 59,7% ¹⁷	La promotion des activités d'hygiène et de nutrition en milieu scolaire reste parcellaire. Les cantines scolaires ne couvrent pas toutes les écoles. Les jardins scolaires pouvant fournir de repas équilibrés, ne sont fonctionnels que dans 10% des écoles en 2014

I.1. 3.4. La coordination des activités de nutrition

En 2008, a été créé le Conseil national de concertation en nutrition (CNCN) institutionnellement rattaché au Ministère de la Santé mais formé de représentants des autres secteurs sensibles à la nutrition et des Organisations de la société civile et autres partenaires. Il se réunit deux fois par an et son secrétariat général est assuré par le STAN. Sa mission est de faciliter la coordination en nutrition. Sa finalité est d'aboutir à une coordination multisectorielle de la nutrition au Burkina Faso.

I.2. SITUATION DE LA COMMUNICATION POUR LA NUTRITION

I.2. 1. Au plan institutionnel

Il existe de nombreuses structures qui peuvent être d'un apport important dans la communication en général et dans la communication pour la nutrition en particulier :

- le Ministère de la communication et des relations avec le parlement ;
- les médias ;
- le Conseil supérieur de la communication (CSC) ;
- Ministère de la santé : la Direction de la Communication et de la Presse Ministérielle (DCPM), le Secrétariat technique chargé de l'alimentation et de la nutrition (STAN), Direction de la nutrition (DN), la Direction de la promotion et l'éducation en matière de de la santé (DPES) ;
- les Organisations socio- professionnelles chargées de défendre la liberté de la presse, les intérêts des journalistes et éditeurs de presse et d'autoréguler la profession ;
- les Organisations de la Société Civile (OSC) vouées à la défense et à la promotion de la démocratie, de la liberté de la presse et de la citoyenneté ;
- les collectivités locales ;
- les ONG/Associations intervenant dans le domaine de la nutrition ;
- le Réseau de la Société Civile pour la Nutrition (RESONUT) ;
- le réseau des donateurs ;
- Le Club des journalistes et communicateurs en nutrition et sécurité alimentaire CJCN/SA ;
- le Réseau du secteur privé pour la nutrition (RAPNUT) ;
- le Réseau des Parlementaires en sécurité nutritionnelle (RE.PA.SE.N) ;
- le Réseau des Nations Unies pour la nutrition ;
- les agences conseils en communication.
- Les réseaux des leaders communautaires, coutumiers et /ou religieux
- Les sociétés savantes/associations professionnelles médicales
- Associations de tradipraticiens
- Les associations de femmes

I.2. 2. Au plan législatif et réglementaire

Sur le plan règlementaire, un certain nombre de dispositions peuvent servir de base à la promotion de la nutrition. Ce sont :

- la Constitution qui garantit les droits fondamentaux dont la liberté d'expression, le droit à l'information et à la santé, l'égalité des citoyens, le droit à l'alimentation ;
- le Plan national de développement économique et social (PNDES) 2016-2020 ;
- la politique nationale de santé ;
- le plan national de développement sanitaire (PNDS) 2011-2020 ;
- la Politique Nationale de Communication pour le Développement (PNCD) ;
- le code de santé publique de 1994 ;
- le code de l'information en vigueur depuis 1993;
- le code de la publicité adopté en 2001 ;
- la Politique Nationale Multisectorielle de Nutrition adoptée en 2020 ;
- la politique nationale de sécurité alimentaire et nutritionnelle ;
- le code de l'hygiène publique de 2005 ;
- le protocole national de prise en charge de la malnutrition aiguë de 2007 ;
- les textes réglementant l'importation et la commercialisation du sel relus en 2002 ;
- le Conseil National de Concertation en Nutrition créée en 2008
- Le Plan intégré de communication sur la nutrition (PIC Nutrition) 2008-2010;
- La stratégie nationale de promotion de la santé ;
- Le plan stratégique de communication du ministère de la santé
- La stratégie nationale de l'initiative « Plus Fort avec le Lait Maternel Uniquement » 2019-2022.
- La politique nationale de protection sociale 2013-2022.

I.2. 3. Au plan opérationnel

I.2. 3.1. Les interventions étatiques

Le PIC nutrition qui couvrait la période 2008-2010 n'a pas bénéficié de financement. Néanmoins des activités ponctuelles de communication ont été menées au niveau national telles que la Semaine mondiale de l'allaitement maternel (SMAM), la journée mondiale des lavages des mains. Avec l'appui des Partenaires Techniques et Financiers (PTF), des supports de sensibilisation ont été élaborés. C'est ainsi qu'une boîte à images sur les actions essentielles en nutrition à l'attention des agents de santé, des ASBC, des animateurs des associations a été conçue. Cette boîte à images a été traduite en langues nationales en 2012. Des capsules sonores et visuelles ainsi que des affiches ont également été produites en 2016 par la DN. Des émissions, des débats sont ponctuellement enregistrés et diffusés sur toute l'étendue du territoire par le ministère de la santé et ses partenaires.

La Direction de la Communication et de la Presse Ministérielle (DCPM) du Ministère de la Santé a pour vocation d'assurer la visibilité des activités du ministère et il arrive qu'elle initie des reportages et éléments émissions audiovisuels sur certaines dimensions thématiques de la nutrition mais l'insuffisance de ressources humaines ou des compétences dans le domaine et surtout la faible dotation en e déficit dans les équipements informatiques et audiovisuels, stigmatisés dans ses derniers rapports d'activités, hypothèquent sa performance.
ne lui permet pas d'assurer la visibilité du Ministère.

Sur le terrain, les activités de sensibilisation et de Communication pour le Changement de Comportement (CCC) sont supervisées par les DRS et les Districts Sanitaires en collaboration avec des ONG/associations. Ces ONG qui peuvent être internationales, nationales ou purement locales délèguent à leur tour le travail dans les villages à des Organisations à Base Communautaire (OBC).

La communication sur le terrain prend donc essentiellement la forme de la CIP ou de proximité. Des causeries sont organisées auprès de petits groupes ciblés ; jeunes filles, femmes enceintes, femmes allaitantes, etc...

Sur le terrain des activités de nutrition sont menées par les ASBC.

1.2. 3.2 Les interventions des partenaires techniques et financiers, réseaux, ONG/associations

Le Groupe PTF Sécurité Nutritionnelle ou PTF/nutrition

Ce groupe formé des bailleurs de fonds et de la Société civile est organisé en quatre sous-groupes : i) un sous-groupe thématique ANJE ; ii) un sous- groupe thématique PCIMA ; iii) le sous-groupe thématique Plaidoyer et Dialogue Politique ; iv) le sous-groupe thématique Sécurité alimentaire et secteurs sensibles.

Les Partenaires RISE

Regroupe les ONG mettant en œuvre le programme d'amélioration de la résilience au Sahel. Il s'agit entre autres de CRS, ACDI VOCA, REGIS-ER, Save The Children, REGIS-AG et SAREL. Ces ONG mettent en œuvre des approches de préventions de la malnutrition au niveau communautaire dans les régions du Sahel, du Centre Nord et de l'Est. Elles privilégient la CIP à travers l'utilisation d'un réseau étendu de mères leaders, promoteurs et d'ASBC agissant comme facilitateurs auprès des membres des Groupes de soutien et de pratiques optimales d'ANJE (GASPA), des Care Group et Mother to Mother (MtM) et les Ecoles de Maris (EdM). Elles ciblent principalement les femmes enceintes, allaitantes et les mères d'enfants de 6-23 mois. Elles ciblent également les hommes et les personnes influents tels que les leaders communautaires, religieux pour leur adhésion aux objectifs d'amélioration de la santé de la mère et de l'enfant.

Le mouvement SUN

En juillet 2011, le Burkina Faso a adhéré au mouvement SUN. Ainsi, bien d'ONGs se sont regroupées dans le Réseau de la Société civile pour la nutrition (RESONUT). Les agences onusiennes (OMS, PAM, UNICEF et FAO) ont formé le Réseau des UN pour la nutrition. L'Union Européenne est le « lead convener » du Réseau des Donateurs pour la nutrition . Les entreprises se sont retrouvées au niveau du Réseau du secteur privé pour la nutrition (RAPNUT) et les parlementaires au niveau du Réseau des Parlementaires en sécurité nutritionnelle (RE.PA.SE.N). Le Réseau du secteur académique et de la recherche (RECANUT) a également été mis en place.

Le Réseau de la Société Civile pour la Nutrition (RESONUT)

Le RESONUT a été créé dans le cadre du SUN en 2014 et reconnu officiellement en avril 2016 sous la loi 064/CNT/2015. Association à but non lucratif, il a été enregistré sous le N°00000139201 du 28 mars 2017a obtenu son récépissé de reconnaissance officielle en avril 2016. Dans sa vision de faire du Burkina Faso un pays exempt de faim et de malnutrition, le RESONUT s'est donné pour but principal de favoriser la concertation et la coordination des actions de la société civile engagée pour influencer les décideurs en faveur de l'amélioration de l'état nutritionnel des populations au Burkina Faso. Il a engagé un vaste champ d'étude et d'activités pour soutenir le plaidoyer en faveur de la nutrition depuis sa création. Il a est fonctionnel depuis sa création et il mené plusieurs actions dont le renforcement de capacités, le plaidoyer le pour le financement conséquent de la nutrition et le relèvement de son niveau d'ancrage institutionnel, des voyages d'études, production d'étude pour soutenir le plaidoyer (analyse des engagements du Burkina Faso pour la nutrition, analyse budgétaire des Partenaires Techniques et Financiers sur le financement de la nutrition en 2015, celle de 2016-2018 (en cours de réalisation), étude cadre légal de la nutrition, etc...) L'élaboration de plans d'actions, la mobilisation du Président du Faso dans le cadre de l'ALN (African

Leaders for Nutrition/Leader Africain en Nutrition) de la Banque Africaine de Développement, la participation à l'analyse budgétaire de la nutrition en 2015, mobilisation des champions de la nutrition...), I. Le renforcement des capacités du Club des Journalistes et Communicateurs pour la nutrition et la sécurité alimentaire (CJCN/SA) fait partie du RESONUT.

Le RESONUT regroupe de nos jours quarante-deux ONG et plus d'une trentaine d'ONG et Associations de Développement Locales (ADL) à la date du 4 décembre 2020 (dernière Assemblée Générale Ordinaire) qui interviennent sur l'ensemble du territoire national. Les 13 régions sont couvertes mais où l'ensemble de ces ONG et ADL n'interviennent pas forcément dans toutes les provinces d'une même région dans les secteurs connexes à la nutrition (WASH, sécurité alimentaire, Eau, Hygiène et Assainissement, Education, Environnement, Justice, Promotion et protection sociale, Développement, etc...

Il existe ainsi des poches qui échappent aux activités d'information et de sensibilisation. Les régions à forte prévalence de la Malnutrition Aiguë ont tendance à concentrer le plus d'interventions (Est, Centre- Nord, Sud- Ouest, Sahel, Centre Est, Boucle du Mouhoun). Parmi les ONG membres du RESONUT, certaines sont des ONG internationales (ACF, HKI, Save the Children, Terre des Hommes, GRET, etc...) disposant de moyens conséquents ; d'autres sont des ONG nationales ou locales dont plusieurs ont leur siège dans la capitale Ouagadougou. Sur le terrain, pour la mise en œuvre des activités, certaines ONG travaillent avec des OBC comme partenaires. Beaucoup d'ONG membres du RESONUT n'interviennent pas uniquement dans le domaine strict de la nutrition mais mènent aussi des actions sur les thématiques sensibles à la nutrition : WASH (eau potable, assainissement, hygiène...), sécurité alimentaire, droits des femmes, gouvernance locale, énergies renouvelables, gestion des risques de catastrophes, Activités Génératrices de Revenus etc...

En effet, pour Notons que pour l'ensemble de ces structures membres, la nutrition est le lien dénominateur commun. L'essentiel des interventions touche à la supplémentation en vitamine A, au dépistage communautaire de la malnutrition, à la fortification des farines, à la prévention...). Les cibles et/ou bénéficiaires sont fonction des thématiques. A côté des cibles primaires évidentes que sont les femmes en âge de procréer, les mères, les femmes enceintes et les femmes allaitantes certaines ONG du RESONUT comme REGIS-ER et HKI développent des activités de sensibilisation spécifiques en direction des maris, des belles-mères et parentes âgées comme REGIS-ER et HKI mais aussi auprès des leaders religieux et coutumiers, chefs de village et tradi-praticiens de santé.

La Communication Inter Personnelle (CIP) ou, communication de proximité constitue l'approche la plus utilisée par les ONG et ADL. Elle prend la forme de causeries, de Visites à Domicile (VAD), de démonstrations culinaires, mais aussi, pour certaines ONG, de théâtre forum et de projections vidéo / débats.

La mise en œuvre de la CIP s'appuie sur l'utilisation de supports comme les affiches et les boîtes à images. La boîte à images sur les actions essentielles en nutrition créée au niveau de la DN est employée par tous mais les ONG produisent également leurs propres supports. Les supports devraient faire l'objet d'une validation au niveau de la DN. La principale limite à l'utilisation des supports imprimés comme les affiches ou dépliants avec texte réside dans le fort taux d'analphabétisme des populations rurales et la nécessité d'une expression en langues nationales. Des rencontres d'harmonisation des supports sont organisées au niveau de la DN auxquelles participe le RESONUT.

A côté de la CIP les ONG utilisent très largement les radios locales communautaires ou confessionnelles comme canaux de communication. Certaines régions disposent de très nombreuses radios locales, d'autres moins. Des débats et émissions interactives sur la nutrition sont organisés et diffusés mais de façon ponctuelle.

Les radios communautaires locales très nombreuses sont également largement sollicitées par les responsables locaux de la santé/nutrition et les élus locaux pour la production, la diffusion des émissions 'éléments sonores de sensibilisation (microprogrammes, capsules vidéo, émissions radiophoniques, etc...). Avec une large audience, Particulièrement écoutées, elles offrent un riche potentiel pour la

communication de proximité et même pour le plaider auprès des autorités locales communales pour une meilleure prise en compte du financement des activités impactant sur la nutrition.

Enfin un certain nombre d'ONG du RESONUT comme ACF, HKI et d'autres, mettent en œuvre d'intéressants volets d'enquêtes CAP (Connaissance, Attitudes et Pratiques) portant sur le volet socio-culturel des comportements alimentaires, les spécificités régionales dans le domaine, sur les perceptions des populations par rapport à la nutrition, l'analyse des barrières.

Le Club des Journalistes et Communicateurs pour la Nutrition et la Sécurité Alimentaire est membre du RESONUT. Il comprend plus de cinquante (50) membres chacun représentant un organe de presse. Certains ayant deux représentants on peut en déduire que cette structure recouvre une quarantaine d'organes de la presse écrite, de la radio et de la télévision. Il a été créé depuis 2012 et s'avère très actif. Il dispose d'un plan d'action mais dont la mise en œuvre dépend largement des financements. Il possède par ailleurs sa propre page Facebook.

Le Réseau des Parlementaires en sécurité nutritionnelle (RE.PA.SE.N)

Il est formé de 35 députés de l'Assemblée Nationale issus de divers groupes parlementaires. Le Réseau a réalisé en 2016 sa première activité qui fut précisément une activité de Plaidoyer, sous forme d'un atelier de dialogue avec les parlementaires membres. Cet atelier a permis aux parlementaires présents de s'imprégner des questions de nutrition et d'élaborer le Plan d'actions du réseau. A l'aide d'un support intitulé « Note au Président de l'Assemblée Nationale » des messages ont été développés sur l'importance à accorder à la nutrition, la situation de la malnutrition dans le pays et entrave les efforts en faveur du développement. Le REPASEN a sensibilisé plusieurs parlementaires qui ont rejoint le Réseau.

Le Réseau des parlementaires en sécurité nutritionnelle envisage de développer des actions de plaidoyer sur plusieurs « fronts » : la révision de l'ancrage du Conseil National de Concertation en Nutrition ; le code sur les substituts de lait maternel ; la sanction pour violation des codes ; la création d'une ligne budgétaire nutrition dans chacun des secteurs sensibles pour les prochaines lois de finances. En 2020, il a organisé un atelier de plaidoyer en lien avec l'augmentation du financement de la nutrition et la détaxation des produits entrant dans la prévention et le traitement de la malnutrition. La force du réseau des parlementaires réside dans les rapports relativement aisés entre Exécutif et Législatif : les députés ont la possibilité, en dernier recours, d'interpeller les membres du Gouvernement par des questions orales en lien avec la nutrition lors des séances à l'Assemblée Nationale.

Le réseau du secteur privé pour la nutrition (RAPNUT)

Le secteur privé santé et non santé ainsi que divers autres acteurs de développement mènent des interventions qui ont un impact direct ou indirect sur la nutrition. Dans la dynamique du Mouvement pour le renforcement de la nutrition (SUN) qui visent à fédérer tous les secteurs, les acteurs, les énergies pour lutter contre la faim, la malnutrition dans les groupes vulnérables en particulier et dans tous les pays en général, le réseau du secteur privé pour la nutrition a été créé en 2016 et a obtenu son récépissé en 2017. Le RAPNUT est composé d'une vingtaine de membres. Il s'agit des entreprises, des sociétés, groupements économiques, professionnels, des associations, des Organisations socioprofessionnelles de promoteurs, de promotrices, des Organisations patronales, syndicales de travailleurs(es), organisations artisanales, agricoles, d'élevage, de pêche, de transformatrices, de fortification alimentaires, industries agroalimentaires intervenant dans le domaine de la nutrition et domaines connexes. Il a sensibilisé ses membres sur le Mouvement SUN. De plus, il participe à plusieurs activités en lien avec la nutrition notamment les ateliers, les cadres de concertation et assure la production de certains aliments à hautes valeurs nutritives tels que les farines infantiles etc.

Le Réseau du secteur académique et de la recherche (RECANUT)

Ce réseau regroupe les acteurs du monde universitaire et de la recherche. Il travaille en étroite collaboration avec la Société de Nutrition du Burkina Faso (SNB).

Le réseau des donateurs

Il regroupe les principaux bailleurs de fonds avec à sa tête l'union Européenne. Le Réseau de donateurs SUN rassemble des partenaires de développement, y compris les donateurs bilatéraux, des fondations et des banques de développement, à l'appui des pays SUN.

Le Réseau des Nations Unies

Créée en Janvier 2016, le Réseau des Nations Unies regroupe le PAM, l'UNICEF, l'OMS, la FAO, l'UNFPA, l'UNHCR, le REACH et le FIDA. Il se réunit régulièrement et s'est doté d'un plan d'action annuel. Au travers de ce plan d'action sept résultats sont visés :

- l'amélioration de l'ancrage institutionnel de la nutrition
- l'élaboration d'un agenda commun UN pour la nutrition au Burkina Faso pour la période 2016-2020 ;
- la visibilité de la nutrition et sa formulation pertinente dans le programme national de développement économique et social et dans le prochain UNDAF (2018-2020) ;
- l'intégration de la nutrition dans les documents stratégiques des secteurs contributeurs à la nutrition au niveau du Pays ;
- la tenue des rencontres stratégiques entre le réseau UN et les autres acteurs/réseaux ;
- l'élaboration du plan stratégique multisectoriel de nutrition 2019-2029 avec la prise en compte de la dimension multisectorielle de nutrition ;
- l'organisation d'une table ronde des donateurs pour le financement de la nutrition en 2017.

Outre ces résultats attendus du plan d'action, certaines agences du réseau comme l'Unicef, le PAM contribuent à la réalisation d'enquêtes en lien avec la nutrition au Burkina Faso.

I.2. 4. Les ressources médiatiques disponibles

Le paysage communicationnel se caractérise par une prolifération des médias classiques¹⁸ et un engouement grandissant pour l'utilisation des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC). A côté des médias de masse coexistent une grande diversité de canaux de communication traditionnels et endogènes.

Les médias de masse

Télévision

- 1 chaîne de télévision publique avec ses démembrements (RTB Ouaga, RTB2 Hauts-Bassins, RTB2 Sud-Ouest, Télé Zénith) ;
- 5 chaînes de télévisions confessionnelles : Canal Viim Koèga (CVK), TV Maria, El Bethel TV, Impact TV, TV Al Houda ;
- 1 télévision communautaire : Sanmatenga Television (STV) ;

¹⁸ On dénombrait 260 organes de presse enregistrés fin 2013 au Burkina Faso tous médias confondus

- 09 télévisions commerciales : SMTV, Canal3, BF1, TVZ africa, LCA, Savane TV, 3 TV, Burkina info, Oméga TV ;

Radio

- 07 radios publiques, 39 radios confessionnelles, 47 radios communautaires, 39 radios commerciales, 03 radios internationales, 19 radios communales, 04 institutionnelles.
- - Au titre des médias audiovisuels on dénombre :

Genre	Commer cial	Associatif ou communaut aire	Confession nel	Communal	Internation al	Public	Institutionn els	TOTAL
Radio	38	47	39	19	3	7	4	165
Télé	09	1	5	0	0	4	-	19
Total	47	48	44	19	3	11	4	176
Stations autonomes (mères) uniquement (sans les stations relais)								

Cinéma et vidéo

- 27 salles provinciales dont 18 gérées directement par les autorités provinciales.
- 7 salles appartenant à la SONACIB.
- 15 salles privées (dont cinq gérées par la SONACIB et 10 par des privés).
- 2 salles relevant de la Mission française de coopération
- 1 salle communale
- 2 salles étatiques (dont une gérée par un privé)
- Il existe de nombreuses associations qui œuvrent dans le domaine de la conception, la diffusion, la distribution d'outils de sensibilisation, de films documentaires, de fiction, d'animation, de clips vidéo... On peut citer entre autres le CINOMADE, Semfilms, Cinema Numérique Ambulant (CNA). De nos jours force est de constater que les salles de cinéma peinent à fonctionner à l'intérieur du pays.

Presse écrite

- Le paysage de la presse écrite regroupe 82 publications dont 11 quotidiens, 11 hebdomadaires, 18 bimensuels, 22 mensuels, 01 bimestriel et 19 journaux institutionnels et spécialisés. (CSC, rapport public 2015). Ces médias restent concentrés dans les deux grandes villes (Ouagadougou et Bobo-Dioulasso) avec respectivement 80% et 11% de ces organes, tous genres confondus (CSC, rapport public 2012). Cette diversité de supports offre à la communication pour la santé, d'énormes possibilités d'exploitation.
- Si le paysage médiatique du Faso est assez fourni en termes de services offerts, l'exploitation des informations voire l'exposition aux médias modernes est relative. La radio demeure le media le plus accessible aux ménages. Selon une étude menée en 2018 par l'UNICEF en collaboration avec le ministère de la communication, la majorité des populations se dit positivement impactée par la radio. En matière de nutrition, selon le genre, la radio influence 79,6 % des femmes et 73,6 % des hommes et selon le statut matrimonial, la radio influence respectivement 68,3% des célibataires, 78,5% des mariés, 79,5% des divorcés et 65,1% des veufs. Suivant le niveau d'étude, la radio influence 78,2 % de la population sans niveau et 76,5% de ceux ayant fait le primaire ; 73,9% de ceux ayant fait le post primaire ; 69,9 % de ceux ayant fait le secondaire et 50,2% de ceux ayant fait le supérieur.

Presse en ligne

L'environnement médiatique s'est ainsi élargi depuis la fin des années 1990 avec le développement des médias en ligne (14 en 2013) et la création des pages web des médias traditionnels. Par ailleurs, la majorité des institutions et organismes dispose d'un site web, à l'instar du Ministère de la Santé (www.sante.gov.bf).

Ce nouvel environnement représente une opportunité pour renforcer les actions de communication.

Les réseaux sociaux

Tout comme la presse en ligne, les réseaux sociaux constituent une nouvelle source d'information via le réseau internet. C'est un espace d'interactions surtout prisé par la frange jeune de la population. Ils peuvent servir de canaux d'information et de communication à l'endroit de la jeunesse. Parmi ces réseaux sociaux, on retrouve Facebook, Twitter, Flickr, Instagram, YouTube, skyblog, Myspace.... Selon les résultats de "Internet Live Stats" réalisée par "Agence Ecofin" en date du 28 janvier 2017, le Burkina a un **taux d'accès à l'internet de 10,2% soit** environ 1.900.600 internautes¹⁹.

¹⁹ C'est ce qui ressort de l'exploitation des statistiques en temps réel de "Internet Live Stats" réalisée par "Agence Ecofin" : <https://www.burkina24.com/2017/01/31/taux-dacces-a-internet-le-burkina-tenant-toujours-les-pieds/>

I.2. 4.1. Atouts et faiblesse de chaque type de média

En 2001 avec l'appui de la FAO²⁰, le Ministère de la Communication élaborait un document de Politique nationale de communication pour le développement rural. Le tableau figurant ci-dessous s'inspire des analyses contenues dans ce document de référence et des propres analyses de l'expert en communication requis pour appuyer l'élaboration de la présente stratégie de Plaidoyer, Mobilisation Sociale et Communication pour le Changement Social et de Comportement.

²⁰ La FAO à l'époque avait initié dans plusieurs pays d'Afrique (Niger, Guinée Bissau etc... l'élaboration de ce type de document reposant sur le concept participatif de Communication pour le Développement. Un concept repris depuis peu par l'UNICEF qui appuie l'élaboration de stratégies dites de C4D dans de nombreux pays africains.

ATOUTS	FAIBLESSES
LA TELEVISION PUBLIQUE	
<ul style="list-style-type: none"> - L'existence ancienne de la Télévision nationale du Burkina (TNB) créée en 1963 - Une desserte estimée à 80% de la population. - Des équipements assez modernes et fonctionnels. - Des ressources humaines assez compétentes. - Un intérêt des publics burkinabé pour la consommation télévisuelle. - Un réseau de télécommunication favorable au développement de la télévision. - Un puissant outil de mobilisation sociale et d'éducation des populations. - Un accroissement considérable du volume horaire d'émissions. - Une autonomie de gestion renforcée par le passage de statut d'EPE en Société d'Etat acquis en 2015. 	<ul style="list-style-type: none"> - Les coûts de production élevés. - Les techniciens et ingénieurs en nombre insuffisant. - Le parc national de postes téléviseurs limité sur le territoire par le coût - La faible présence du monde rural dans les programmes - Existence de zones non couvertes
LES TELEVISIONS PRIVÉES	
<p>Les initiatives en matière de télévision ne sont pas nombreuses au Burkina Faso. Outre la télévision nationale, créée en 1963, il n'y a eu, depuis la libéralisation du paysage médiatique, que dix-neuf créations de stations de diffusion télévisuelle privées commerciales ou confessionnelles.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - Un engouement d'initiatives privées dans le domaine télévisuel. - Un puissant outil de relance sociale. - Une diversification de l'offre des programmes. - Un intérêt des publics burkinabé pour la consommation télévisuelle. - Un puissant outil de mobilisation sociale et d'éducation des populations - La création du bouquet TNT qui offre une large couverture géographique des chaînes privées 	<ul style="list-style-type: none"> - Manque de formation du personnel. - Compétences techniques limitées. - Le parc national de postes téléviseurs limité sur le territoire par le coût

LES RADIOS PUBLIQUES

La radio nationale a vu le jour en 1959 et est considérée depuis lors comme un moyen de gouvernance et de développement.

Service public en matière d'activité radiophonique, elle contribue au développement économique, social et culturel du Burkina Faso. Elle est au service de l'intérêt général et comprend la Radiodiffusion nationale du Burkina (RNB) et ses démembrements, la radio rurale et les radios locales.

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">- La volonté politique de faire de la radio un instrument de développement.- L'expérience d'une radio rurale fonctionnelle depuis 1969.- Une autonomie de gestion renforcée par le passage de statut d'EPE en Société d'Etat acquis en 2015.- La disponibilité des ressources humaines qualifiées.- L'utilisation des langues nationales sur les antennes.- L'expérience de radios rurales locales publiques dans sept régions du pays. | <ul style="list-style-type: none">- Le problème d'organisation et de gestion.- L'insuffisance de formation dans les TIC- La persistance du poids excessif de l'Etat sur le contenu des informations- L'insuffisance de moyens logistiques et de productions.- L'insuffisance de la formation technique et professionnelle continue des personnels.- . |
|--|--|

LES RADIOS PRIVEES

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Plus de 150 stations- Des radios commerciales, associatives ou confessionnelles : offre de programmes pluriels.- Régulation par le CSC depuis 1995- Libéralisation de l'espace audiovisuel avec les réformes juridiques du CSI- Le recours aux langues nationales pour l'animation des programmes. La tendance à la décentralisation des initiatives privées de radiodiffusion. | <ul style="list-style-type: none">- L'insuffisance des ressources de fonctionnement.- La qualité insuffisante des productions et l'insuffisance de des personnels qualifiés- Le statut précaire des employés, souvent des pigistes ou bénévoles.- Le déficit de compétence technologique.- La faible motivation salariale des employés.- Faible connaissance des principes de la communication pour le développement- Faible formation des personnels aux TIC |
|---|---|

LE CINEMA ET LA VIDEO

Le cinéma occupe une place particulière dans le champ des médias au Burkina Faso. Contrairement à la situation prévalant dans d'autres pays africains, ce moyen de communication et de divertissement a fait l'objet d'une politique volontariste, surtout depuis la période révolutionnaire. Il constitue aujourd'hui un outil réellement populaire, même dans les localités intérieures du pays.

- Une importance relative du nombre des salles.
- Un engouement du public pour le cinéma et l'image vidéo.
- Excellents moyens d'animation, de sensibilisation, d'éducation et de formation.
- Utilisation pratique et peu onéreuse pour la vidéo
- Bon support didactique pour la sensibilisation, la formation des adultes et pour la promotion du Genre
- La tenue régulière du FESPACO, un cadre de rencontre des professionnels du cinéma.
- Une importante production cinématographique au niveau national.

- Seulement une trentaine de salles de cinéma sont fonctionnelles
- Multiplication des salles de projection vidéo souvent dans l'illégalité.
- Thèmes de production cinématographiques peu orientés sur la problématique du développement.
- Insuffisance de formation de certains animateurs.
- Problèmes de maintenance technique.
- Insuffisance de moyens pour la multiplication et la distribution des productions

LA PRESSE ECRITE ET LA PRESSE EN LIGNE

- Plusieurs publications allant de l'information générale à la communication institutionnelle.
- Les journalistes de la presse publique ont, dans l'ensemble, bénéficié de formation professionnelle.
- Certains organes de presse disposent d'une imprimerie performante
- L'environnement politique multipartiste est une opportunité pour la presse.
- L'évolution technologique facilite la production et la diffusion
- La liberté de la presse respectée.
- L'aide à la presse développée par l'Etat.

- Prix de vente élevé par rapport aux revenus de certains lecteurs
- Un taux élevé d'invendus.
- Une dépendance trop étroite vis-à-vis du Gouvernement et de l'Administration.
- Formation professionnelle insuffisante.
- Parution irrégulière de certains titres.
- Distribution limitée à certains centres urbains.
- Faible taux d'alphabétisation des populations
- Faible organisation de la presse

LA PRESSE ECRITE EN LANGUES NATIONALES

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">- Existence de plus d'une vingtaine de titres-- Présence de plusieurs titres répartis dans plusieurs lieux d'édition du pays : la plupart orientés vers les questions de développement.- Instruments de post-alphabétisation. | <ul style="list-style-type: none">- La faiblesse structurelle de la presse en langues nationales- Insuffisance de financements- La faiblesse des tirages (200 à 500 exemplaires selon les titres).- Lieux d'impression concentrés à Ouagadougou et problème de distribution- Faible motivation du personnel. |
|--|--|

I.2. 4.2. Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

Ces technologies de l'information et de la communication, en pleine expansion au Burkina Faso, touchent de plus en plus de personnes et peuvent donc jouer un rôle dans la communication pour le développement notamment dans l'éducation pour la santé.

Les TIC s'appuient sur :

- trois opérateurs de téléphonie mobile (Telmob, Orange, Telecel) qui se partagent le marché national;
- une structure de téléphonie fixe (ONATEL) ;
- des médias en ligne : Burkina 24, les Echos du Faso, Lefaso.net, Kaceto.net, Kamanews, etc... qui ne diffusent que sur Internet. Certains autres organes de presse écrite, à côté de leur version papier, ont une version électronique reprenant certains articles.
- des Web TV comme RTB web Tv, Agribusiness TV, Droit Libre Tv, etc...
- Des cybercafés sur l'ensemble du territoire national ;
- une connexion Internet dans les services, ONG et associations et chez les particuliers ;
- des structures de formation en TIC (agences, secrétariat public), écoles de formation, centres ruraux de formation, projets d'appui à l'équipement et à la formation en TIC ;
- des centres multimédia communaux en pleine expansion.
- la couverture de 308 localités par la téléphonie fixe et de 85% du territoire national par la téléphonie mobile ;
- l'introduction des technologies permettant l'accès à internet en zone rurale.

I.2. 4.3 Les réseaux, les canaux traditionnels et les opportunités de communication

Dans les sociétés traditionnelles, la communication de proximité a souvent plus de valeur que l'information à distance diffusée par les mass-médias. Les moyens de diffusion modernes n'ont pas supplanté totalement les circuits de transmission de l'information dans les villages et localités reculés du pays. Et même dans les quartiers populaires des grandes villes, on note l'existence des canaux et circuits oraux fondés sur des modes de communication de proximité et des échanges interpersonnels. Ces canaux reposent sur :

- la chefferie coutumière dans sa diversité culturelle, les organisations religieuses, les leaders d'opinion ;
- les réseaux associatifs (associations de femmes, de jeunes, de retraités, de paysans, de sages-femmes, de tradipraticiens de santé, etc.), qui sont diversifiés et peuvent contribuer dans des domaines variés, à diffuser l'information auprès des populations ;
- les canaux traditionnels et les occasions de rencontres pouvant être utilisés pour la diffusion de l'information à l'image des crieurs publics, des griots, des chansonniers, des « dolotières », du « djandjoba », des fontaines publiques, des fêtes populaires, des marchés, des parcs à bétail, des funérailles, des théâtres populaires, etc... ;
- les salons de coiffure, les salons de couture, les « Grins de thé », les maisons des jeunes, les troupes de théâtre, les débits de boisson et restaurants, les réseaux sociocommunautaires (cérémonie de famille et autres), les centres des jeunes, les maisons des femmes, les lieux de culte sont autant d'espaces de communication pouvant servir à la diffusion des informations ;

Malheureusement il est souvent fait une utilisation insuffisante des structures de communication traditionnelle dans les activités de communication pour le développement. Pourtant ces canaux et réseaux communautaires sont nombreux et diversifiés. Bien exploités, ils deviennent de puissants moyens de changement social.

1.2. 4.4. Les bonnes pratiques dans le domaine de la communication pour la nutrition

Un certain nombre d'initiatives pour la plupart innovantes sont à relever en matière de communication. Les résultats largement positifs qu'elles enregistrent devraient encourager les responsables des interventions en nutrition à les passer à l'échelle.

La faible diffusion de ces bonnes pratiques, le défaut de partage des expériences qui a été observé de par le passé constituent des obstacles à leur extension et limitent l'intérêt des donateurs et PTF potentiellement intéressés à appuyer de telles approches.

Les vidéos communautaires

En collaboration avec Digital Green et DMI, l'initiative SPRING, s'appuyant sur le projet Résilience et Croissance Economique au Sahel-Résilience Améliorée (REGIS-ER)²¹ financé par l'USAID, a programmé la mise en œuvre d'une expérience pilote dans 66 groupes communautaires de 66 villages de la région de l'Est. Les interventions relatives à ce projet pilote portent sur la production de capsules sonores et de vidéos communautaires réalisées de bout en bout par les villageois. Le projet SPRING travaille avec DMI dans cinq des sept stations de radio de la région pour la diffusion des contenus sonores. Les vidéos tournées et montées par et pour la communauté font ensuite l'objet de projections accompagnées de discussions dirigées entre les groupes existants d'entraide entre mères (Mother to Mother – MtM, GASPA) établis par REGIS-ER, CRS et ViM (victoire sur la malnutrition) dans certains villages. Trois comportements nutritionnels sont présentés dans les thèmes des premières vidéos : la diversité alimentaire, l'allaitement maternel exclusif et l'alimentation complémentaire. Des thèmes sur l'hygiène sont également développés.

L'Initiative des Ecoles Amies de la Nutrition - IEAN

Lancée suite à la Conférence de l'OMS à Kobé en 2005 sur l'obésité des enfants, l'Initiative Ecole Amie de la Nutrition (IEAN) est soutenue par l'UNICEF, la FAO, le PAM, l'UNESCO et la Banque Mondiale. Elle vise à « combattre le double fardeau de la malnutrition à savoir la coexistence des troubles de carences et de surcharge pondérale attribuables à une transition rapide de l'alimentation et du mode de vie ». L'IEAN ancrée dans l'approche de promotion de la santé mise sur le rapprochement de tous les acteurs de la communauté éducative et des services de santé pour la promotion de la santé et du bien-être nutritionnel des enfants. Elle cible surtout les écoles en milieu urbain.

Au Burkina Faso, l'IEAN a été mise en œuvre de 2012 à 2014 dans six écoles primaires de Ouagadougou. Dans chaque école choisie, un plan d'action a été élaboré et mis en œuvre. Des Posters en couleurs ont été conçus sur l'hygiène alimentaire et du milieu, le lavage des mains etc... pour servir lors des activités d'information et de sensibilisation.

²¹ REGIS – ER Resilience and Economic Growth in Sahel est né de l'Initiative américaine « Feed the futur »

Selon l'évaluation finale de l'expérience pilote réalisée en fin 2014, les résultats enregistrés ont été très positifs.

L'école des Maris et les Espaces Sûrs

L'Ecole des Maris est « une école qui n'a ni classe, ni maître, ni élève, ni hiérarchie ».

Il s'agit d'un espace de réflexion et de décision pour les maris modèles désireux d'entraîner d'autres maris à changer de comportement, favorables à la promotion de la santé maternelle et infantiles. Plusieurs thèmes sont ainsi abordés : Suivis prénatals (SPN), Suivis postnatals (SPoN), PF, nutrition, hygiène, etc. Les maris modèles ainsi formés servent à leur tour de relais à leurs épouses et aux autres membres de la société.

I.3. PROBLEMES PRIORITAIRES

Après une analyse de la situation générale de la communication sur la nutrition, les ressources et les opportunités locales de communication existantes, il est nécessaire d'identifier les problèmes prioritaires auxquels la présente stratégie devra répondre tout en identifiant les atouts sur lesquels la stratégie pourra s'appuyer tout comme les faiblesses/contraintes existantes qu'il s'agira de dépasser.

PROBLEMES PRIORITAIRES DANS LE DOMAINE DU PLAIDOYER

NIVEAU	PROBLEMES	Causes	CONSEQUENCES
1	<p>Ancrage institutionnel peu adéquat du CNCN et faible fonctionnalité des CRCN et autres instances de coordination etc...</p> <p>Difficile intégration de la problématique de la nutrition dans les différents secteurs et de la concrétisation de l'approche multisectorielle</p> <p>Difficulté à coordonner, harmoniser les interventions de communication avec des parties prenantes/acteurs en très grand nombre</p>	<p>Faible engagement des décideurs sur la multisectorialité en nutrition</p> <p>Prédominance de la vision santé de la nutrition par rapport à la vision multisectorielle</p>	<p>Insuffisance dans la coordination pour la multisectorialité</p> <p>Superpositions de plans sans passerelles et touchant pourtant les mêmes populations</p> <p>Faible effectivité de la multisectorialité</p> <p>Faible efficience dans la gestion des ressources financières</p> <p>Concurrence/rivalité néfaste pour la cohérence des interventions</p> <p>Suivi-évaluation global difficile</p> <p>Redondance de certaines activités</p> <p>Planification difficile</p> <p>Dissonance éventuelle des approches et des messages</p>

2	<p>Insuffisance de lignes budgétaires finançant les activités à hauts impacts nutritionnels</p> <p>Inexistence de lignes budgétaires spécifiquement dédiées aux activités de communication à impact nutritionnel dans les secteurs mettant en œuvre des interventions sensibles à la nutrition</p> <p>Inexistence de lignes budgétaires spécifiques à la nutrition dans les budgets des collectivités territoriales (régions et communes)</p>	<p>Faible priorisation de la nutrition</p> <p>Faible appropriation de l'importance de la nutrition pour le développement</p> <p>Insuffisance de priorisation des interventions de développement</p> <p>Faible allocation des ressources en faveur de la nutrition</p>	<p>Dépendance des PTF et donateurs</p> <p>Priorité donnée à l'urgence au détriment des actions à moyen et long terme</p> <p>Arbitrage menant à une répartition géographique non efficiente des interventions</p> <p>Insuffisance des activités de communication pour la nutrition</p> <p>Insuffisance d'utilisation du potentiel des relais (vulgarisateurs – animateurs – techniciens...) pour des activités ayant un impact sur la nutrition</p> <p>Insuffisance d'intégration des différentes thématiques impactant sur la nutrition</p> <p>Persistance de la malnutrition</p> <p>Dépendance des ONG internationales</p> <p>Non programmation d'activités locales à impact sur la nutrition</p> <p>Disparité des actions à impact nutritionnel selon les régions surtout pour la prévention</p>

3	Allocation prioritaire des ressources disponibles à la Prise en Charge de la sous-nutrition au détriment du volet de prévention et focus des médias sur les actions de Plaidoyer sur la malnutrition aiguë au détriment de la malnutrition chronique et des carences en micronutriments		<p>Concentration des financements sur la PEC de la malnutrition aiguë</p> <p>Méconnaissance et minoration des autres formes de malnutrition</p> <p>Impact négatif à long terme sur le développement</p> <p>Insuffisance des activités de communication sur la prévention de la malnutrition</p>
	Faible engagement des décideurs à soutenir la multisectorialité de la réponse	<p>Faible appropriation de la multisectorialité en nutrition</p> <p>Faible priorité accordée pour les actions de nutrition</p>	<p>Restriction des interventions de nutrition à la seule dimension santé</p> <p>Incomplétude et manque d'efficacité des interventions</p>
	Faible production et diffusion audiovisuelle sur la nutrition	<p>Coût élevé de la production audiovisuelle limitant l'accessibilité financière aux médias pour la diffusion d'éléments sur la nutrition</p> <p>Insuffisance de partenariat avec les médias audiovisuels pour avoir un coût réduit à la production et la diffusion d'éléments sur la nutrition</p>	<p>Préférence pour la communication de proximité</p> <p>Faible utilisation des mass -médias</p> <p>Faible efficacité des actions de communication / Plaidoyer</p>
			Persistance des carences en micronutriments

	Faible connaissance et application des codes et textes réglementaires ou législatifs en matière de nutrition (ex ; les substituts de lait maternel, le sel iodé etc...)	Insuffisance dans la diffusion des textes réglementaires	Persistance des mauvaises pratiques d'AE Maladies infantiles, anémie, etc..
PROBLEMES PRIORITAIRES DANS LE DOMAINE DE LA MOBILISATION SOCIALE			
1	Faible engagement des autorités déconcentrées dans le secteur de la nutrition	Faible niveau de connaissance des élus locaux sur les relations entre nutrition et développement Faible implication des élus locaux dans les activités de nutrition	Les autorités déconcentrées ne relaient pas suffisamment les décisions et orientations sur la nutrition prises au niveau central La nutrition n'est pas (ou pas suffisamment) prise en compte dans les budgets communaux et les budgets régionaux de développement Les élus ne facilitent pas la concertation entre les différents secteurs sensibles à la nutrition Les Plans Communaux de Développement ne prennent pas ou pas suffisamment en compte dans les actions prévues les différentes dimensions de la nutrition
	Faible implication des chefs coutumiers et religieux dans la nutrition	Faible niveau de connaissance des chefs coutumiers et religieux sur la nutrition Faible implication des chefs coutumiers et religieux dans les activités de nutrition	
			Il n'y a pas d'appui aux actions de mobilisation sociale sur la nutrition
			Les chefs coutumiers et religieux ne diffusent pas suffisamment de messages sur la nutrition

3	Faible diffusion des expériences et bonnes pratiques	Coût élevé de diffusion des expériences et bonnes pratiques	<p>Les ressources médiatiques ne sont pas suffisamment et régulièrement exploitées pour la mobilisation autour de la nutrition</p> <p>L'insuffisant passage à l'échelle d'expériences pilotes intéressantes et prometteuses (exemple de l'Initiative des Ecoles Amies de la Nutrition ; de la vidéo « virale » communautaire de SPRING)</p> <p>Utilisation d'approches, stratégies de communication peu performantes</p>
PROBLEMES PRIORITAIRES DANS LE DOMAINE DE LA COMMUNICATION POUR LE CHANGEMENT SOCIAL ET DE COMPORTEMENT			
1	Faible exposition des groupes cibles aux messages diffusés par les agents de santé	Faible fréquentation des services de santé	<p>Insuffisance de prise en charge correcte de la grossesse, de l'accouchement, des soins aux nouveaux nés etc...</p> <p>Persistance de la malnutrition, de la mortalité maternelle et néo-natale etc...</p>
2		Faible maintien des filles au post-primaire et secondaire, Inégalité de Genre (statut social de la femme)	
		Faible niveau de formation et d'information des jeunes filles, des femmes et de la population en général sur toutes les questions de santé/nutrition	Futur enfant bénéficiant de soins moins bons que pour les jeunes filles scolarisées Persistance de la malnutrition.
		Taux élevé d'analphabétisme de la population	
		Coûts importants liés à la nécessité de multiplier les versions de supports dans les différentes langues selon les zones	

3	Le déficit global d'information de la population sur l'importance de la nutrition	Insuffisance de la sensibilisation de la population sur l'importance la nutrition	Pratiques d'allaitement et d'alimentation du nourrisson et du jeune enfant inadéquates Mauvaises habitudes alimentaires des adultes (méconnaissance de la valeur nutritive des aliments, faible niveau de diversification alimentaire, etc...) Mauvaise hygiène du milieu
4	Les pesanteurs socio culturelles néfastes et l'organisation sociale	Les tabous alimentaires (aliments interdits aux femmes enceintes et aux enfants, etc...) L'influence importante des belles-mères et des femmes âgées sur les jeunes mères	Refus de donner le colostrum et mise au sein après plusieurs jours Introduction de liquides autres que le lait maternel pour le nourrisson avant ses 6 mois Sevrage précoce (avant l'âge de 6 mois) Accouchements à domicile
5	Inadaptation des techniques et messages de sensibilisation sur la nutrition. Insuffisance des productions médiatiques adaptées sur la nutrition	Insuffisance de formation aux techniques de communication des agents de santé, des ASBC et autres vulgarisateurs et personnes-relais Faible dotation en équipements audiovisuels et supports Faible priorisation du renforcement des capacités en communication au profit des agents de santé Faible renforcement des capacités des professionnels de médias	Messages délivrés de façon inefficace (autoritaire, avec des mots trop techniques etc...) Faible écoute des besoins et fondements des comportements des groupes cibles Mauvaise maîtrise de l'utilisation des supports de communication Communication ennuyante et peu attractive Manque de compréhension, de mémorisation, d'acceptation des messages par la population et faible adoption des comportements promus

I.3.1. FORCES / ATOUTS

Engagement politique

- Existence d'un document de Politique Nationale multisectorielle de Nutrition et d'un Plan Stratégique Multisectoriel de Nutrition ;
- Existence de documents d'opérationnalisation de certaines interventions de nutrition (Plan de passage à l'échelle des interventions d'ANJE et du protocole national de la PCIMA, stratégie de lutte contre les carences en micronutriments, etc.) ;
- Adhésion au Mouvement SUN (Scaling Up Nutrition) ;
- Existence d'une Plateforme SUN fonctionnelle composée de différents réseaux (parlementaires, secteur privé, Société Civile, chercheurs, etc...) ;
- Volonté et engagement affirmés de l'Etat (signature des engagements internationaux) ;
- Reconnaissance de la nutrition comme une priorité par l'Etat Burkinabè.

Dispositions institutionnelles

- Existence de plans concernant les secteurs mettant en œuvre des interventions sensibles à la nutrition²² ;
- Existence de cadres de coordination et autres Plateformes ;
- Début de prise en compte de la nutrition dans les politiques de plusieurs secteurs ;
- Existence d'un Système d'information sur la nutrition efficace (enquête SMART, collecte de données de routine, initiative PNIN) qui permet d'ajuster les interventions ;
- Existence de points focaux nutrition dans toutes les régions et tous les districts ;
- Existence des structures de coordination en faveur de l'alimentation et de la nutrition (CNCN, CNSA, STAN, One Health, codex alimentarius).

Engagement financier des partenaires extérieurs

- Adhésion et soutien effectif des politiques et des PTF aux projets et programmes ;
- Augmentation du nombre de partenaires investissant dans les projets et programmes de nutrition mis en œuvre et de nouvelles opportunités de mobilisation des ressources ;
- Augmentation de l'appui financier des partenaires traditionnels pour la nutrition ;

²² Voir en annexe la liste de l'ensemble de ces documents de planification dans le document élaboré par REACH en octobre 2015 intitulé « Aperçu des politiques et des plans liées à la nutrition »

Mobilisation des acteurs et opportunités

- Approche multisectorielle de la nutrition ;
- Existence de cadres de concertation en faveur de la nutrition ;
- Richesse et dynamisme du tissu associatif de la Société Civile (ONG, , OBC, Réseaux..) ;
- Existence de ressources médiatiques importantes et variées ;
- Multiplicité des canaux médiatiques disponibles ;
- Richesse des canaux traditionnels de communication ;
- Implication du niveau communautaire dans le dépistage et la prévention avec les ONG/Associations, ASBC, GASPA, etc.

I.3. 2. FAIBLESSES /CONTRAINTES

Faiblesses au niveau institutionnel

- Prise en compte insuffisante des questions de nutrition dans certains secteurs et politiques de développement (commerce, environnement, hydraulique...) ;
- Difficultés de la coordination intersectorielle ;
- Faible fonctionnalité des commissions thématiques du CNCN ;
- Difficultés de fonctionnement de certains CRCN ;
- Absence d'une stratégie nationale appropriée de plaidoyer et de communication en nutrition ;
- Faible intégration des interventions sensibles à la nutrition dans certaines politiques et stratégies sectorielles ;
- Faible couverture (géographiques et cibles) des interventions spécifiques préventives et des interventions sensibles.

Faiblesse au niveau du financement

- Faible ligne budgétaire consacrée à la nutrition ;
- Ligne budgétaire consacrée à la nutrition irrégulièrement approvisionnée
- Faible participation des acteurs nationaux (Etat & Privés) au financement de la nutrition ;
- Insuffisance de mécanismes de financement multisectoriels de la nutrition ;
- Prise en compte insuffisante de la nutrition dans les PCD et PRD ;
- Coût élevé de la production et de la diffusion audiovisuelle ;
- Inexistence d'une entente globale d'accès aux médias audiovisuels pour l'application d'un tarif réduit aux éléments à caractère social (nutrition).

Contraintes pour le renforcement de capacités

- Faiblesse des compétences/ressources formées en techniques de Plaidoyer et CCC;
- Opportunités limitées de formation continue/recyclage des cadres techniques en techniques de communication ;
- Faiblesse des capacités locales pour la recherche en communication (Médiamétrie, tests d'audimat, évaluation des valeurs d'identification, mémorisation, attraction et acceptation des messages, recherches sur les perceptions visuelles, etc...).

Menaces

- contexte sécuritaire précaire ;
- crises sanitaires spontanées à l'image de la COVID-19 ;
- catastrophes naturelles.

I.3. 3. LES PRINCIPAUX DEFIS

Les défis institutionnels

- ✓ L'ancrage institutionnel du CNCN à la Présidence ou à la Primature ;
- ✓ La mise en œuvre effective de la multisectorialité des interventions depuis la planification, jusqu'à l'exécution et le suivi – évaluation ;
- ✓ Le renforcement des activités de communication en nutrition dans les secteurs sensibles impliqués dans l'approche multisectorielle ;

Les défis financiers

- ✓ La dévolution de fonds publics (lignes budgétaires) chaque année en augmentation pour la nutrition au niveau du Ministère de la Santé ;
- ✓ L'inscription de lignes budgétaires consacrées aux activités à impact nutritionnel dans les budgets des secteurs sensibles à la nutrition ;
- ✓ Le financement du Plan Stratégique Multisectoriel de Nutrition 2020-2024 ;
- ✓ La Négociation pour un accès aux médias de masse à coût social (contrat global) ;

Les défis de mobilisation sociale et de changement de comportements

- ✓ La mobilisation de tous les intervenants de terrain dans la mise en œuvre et la coordination des activités ayant des objectifs nutritionnels (Société Civile – autorités traditionnelles/coutumières, personnalités de renom au niveau régional, groupements, techniciens des services déconcentrés de l'état, Représentants de l'Etat) ;
- ✓ Renforcement des compétences et capacités techniques des acteurs dans les domaines de la nutrition et de la communication pour le changement social et de comportement ;
- ✓ Renforcement de la coordination des interventions des différents acteurs ;
- ✓ Intensification de l'information globale de la population sur l'importance de la nutrition et ses relations avec la santé et le développement ;
- ✓ Information des différents groupes cibles primaires sur les bonnes pratiques d'alimentation des nourrissons, des jeunes enfants, des adolescentes, des femmes enceintes et allaitantes...
- ✓ Changement des comportements en matière de diversification alimentaire, d'introduction des micronutriments, de respect des besoins nutritionnels aux différentes périodes de la vie ;
- ✓ La sensibilisation des belles-mères et grands- mères à l'abandon des pratiques traditionnelles néfastes en matière de nutrition et de fréquentation des services de santé et à l'adoption des pratiques optimales de nutrition de la mère, du nourrisson et du jeune enfant.

PARTIE 2 :

LES ELEMENTS DE LA STRATEGIE DE PLAIDOYER ET DE COMMUNICATION

II.1. VISION

Le Plaidoyer, la Communication pour le Changement Social et de Comportement (CCSC) et la Mobilisation sociale doivent contribuer à la réalisation de la vision énoncée dans la Politique nationale multisectorielle de nutrition à savoir : « **Tous les individus vivant au Burkina Faso ont un état nutritionnel adéquat pour leur bien-être et leur pleine participation au développement durable** ».

La vision de la stratégie de Plaidoyer et de Communication en faveur de la nutrition pourrait ainsi être la suivante :

« **La population a une meilleure connaissance et compétence de bonnes pratiques nutritionnelles et ses liens avec la santé et le développement, adopte les comportements favorables en la matière dans un environnement fondé sur l'approche multisectorielle des interventions de la nutrition** ».

II.2. PRINCIPES DIRECTEURS

II.2. 1. PRINCIPES DIRECTEURS ETHIQUES

La politique nationale de nutrition repose sur les principes suivants :

- la multisectorialité
- l'inclusivité ;
- la redevabilité ;
- le genre ;
- l'équité ;

II.2. 2. PRINCIPES DIRECTEURS OPERATIONNELS

La présente stratégie de Plaidoyer et de Communication soucieuse de la pertinence, de l'efficacité et de l'efficience se base sur les principes directeurs suivants :

- **complémentarité des stratégies communicationnelles** comme le plaidoyer, la communication pour le changement social et de comportement, la mobilisation sociale pour maximiser les effets/impacts des activités menées ;
- **utilisation de plusieurs canaux** pour atteindre la même cible, à travers un choix raisonné des approches, des canaux et des supports de communication;
- **choix des activités de communication** ayant le meilleur rendement ;
- **adaptabilité socio-culturelle des stratégies communicationnelles et des messages** ;
- **participation et implication des populations bénéficiaires** à tout le processus de mise en œuvre des actions de communication;
- décentralisation effective des actions de communication ;
- respect du caractère multisectoriel de la nutrition.

II.3. DOMAINES ET ORIENTATIONS STRATEGIQUES

II.3. 1. Domaine 1 : renforcement de la coordination et du cadre institutionnel

Orientation stratégique 1 : Opérationnalisation/renforcement de la fonction coordination, planification, harmonisation avec un meilleur ancrage institutionnel et la mise en œuvre effective de l'approche multisectorielle.

II.3. 2. Domaine 2 : dissémination des politiques et stratégies

Orientation stratégique 2 : Dissémination de la Politique nationale multisectorielle de nutrition 2020-2029 et du Plan stratégique multisectoriel de nutrition 2020-2024

Orientation stratégique 3 : Sensibilisation et mobilisation des décideurs nationaux et régionaux

II.3. 3. Domaine 3 : mobilisation de ressources

Orientation stratégique 4 : Mobilisation de ressources auprès de l'Etat, des PTF et des donateurs

Orientation stratégique 5 : Renforcement de la mobilisation de ressources auprès du secteur privé et de son implication dans la production/transformation/commercialisation des aliments riches en nutriments, enrichis et des aliments thérapeutiques.

II.3. 4. Domaine 4 : mobilisation sociale

Orientation stratégique 6 : Renforcement du soutien à l'approche communautaire dans les activités de communication pour la prévention de la malnutrition auprès des cibles primaires

II.3. 5. Domaine 5 : renforcement de capacités, recherche et conception de supports

Orientation stratégique 7 : Renforcement de capacités de l'ensemble des acteurs et parties prenantes en communication pour le changement social et de comportement en faveur de la nutrition et réalisation d'un programme de recherche en communication pour la nutrition

Orientation stratégique 8 : Conception et production d'un ensemble de supports de Plaidoyer scripto - audiovisuels performants et de supports de mobilisation sociale et de CCSC adaptés aux différents contextes (thématiques et audiences)

II.4. OBJECTIF GENERAL (OG)

Mobiliser l'ensemble des acteurs pour la réalisation des actions de sensibilisation et de plaidoyer en faveur de la nutrition et l'adoption de bonnes pratiques alimentaires et nutritionnelles.

II.5. OBJECTIFS SPECIFIQUES, RESULTATS ATTENDUS

Les actions à entreprendre pour atteindre chaque objectif spécifique et obtenir les résultats et effets attendus seront développées avec l'implication des différentes parties prenantes.

Objectif spécifique 1

Sensibiliser 80% des décideurs de haut niveau sur la nécessité de renforcer la coordination de la nutrition par un relèvement du niveau d'ancrage et la mise en œuvre de l'approche multisectorielle.

Résultat attendu

80 % des décideurs de haut niveau sont sensibilisés sur la nécessité de renforcer la coordination multisectorielle et prennent des décisions en faveur du relèvement du niveau d'ancrage institutionnel.

Objectif spécifique 2

Informer et sensibiliser 80% des décideurs de niveau national ciblés, sur le contenu de la Politique Nationale multisectorielle de Nutrition et du Plan Stratégique Multisectoriel de Nutrition en vue de susciter leur engagement et la prise de décisions en faveur de la nutrition.

Résultats attendus

- Les documents de PNMN et PSMN sont disséminés auprès de 80% des décideurs au niveau national (députés, ministères) ;
- Les décideurs de haut niveau (Parlementaires –Ministres ...) prennent des lois et arrêtés sur des questions affectant directement la nutrition.

Objectif spécifique 3

Promouvoir l'intégration de la nutrition dans les politiques, stratégies, plans et activités d'au moins sept des secteurs mettant en œuvre des interventions sensibles à la nutrition (Santé, Education, agriculture, protection sociale, Commerce et Industrie, Eau et Assainissement, Finances...) et la mise en œuvre des objectifs nutritionnels concourant à l'amélioration du statut nutritionnel des différents groupes de population

Résultats attendus

Au moins sept des secteurs mettant en œuvre des interventions sensibles à la nutrition ont intégré la nutrition dans leur politique et disposent d'objectifs nutritionnels opérationnels concourant à l'amélioration du statut nutritionnel des différents groupes de population

Objectif spécifique 4

Sensibiliser 80 % des décideurs régionaux et locaux ciblés, ainsi que les parties prenantes de la lutte contre la malnutrition sur les enjeux de la Politique nationale multisectorielle de nutrition et les activités à mener dans le cadre du Plan stratégique multisectoriel de nutrition.

Résultats attendus²³

Les autorités administratives régionales et les élus locaux sont sensibilisés sur la nutrition et s'engagent à inscrire des lignes budgétaires dans les plans communaux et régionaux de développement

Objectif spécifique 5

Sensibiliser 75% des décideurs et Partenaires techniques et financiers ciblés sur le soutien à apporter à la mise en œuvre du Plan stratégique multisectoriel de Nutrition et à la stratégie de Plaidoyer et de Communication en faveur de la nutrition qui l'accompagne.

Résultats attendus

- au moins 75% des PTF et décideurs sont informés et sont favorables au contenu et à la mise en œuvre de la PNMN et du PSMN
- Une augmentation de 10 % des financements extérieurs dirigés vers la nutrition est obtenue auprès des PTF.

Objectif spécifique 6

Informers et sensibiliser 80 % des acteurs du secteur privé ciblés, en particulier les opérateurs concernés par la nutrition (agro – industries, commerçants, etc...) sur la mise en œuvre de la Politique Nationale multisectorielle de Nutrition et le Plan Stratégique Multisectoriel de Nutrition.

Résultat attendu

Au moins 80% des acteurs du secteur privé ciblés sont informés et sont favorables au contenu et à la mise en œuvre de la PNMN et du PSMN.

Objectif spécifique 7

Susciter l'engagement de 50 % des différentes catégories de leaders ciblés (leaders religieux, leaders communautaires et associatifs) et les différents réseaux (RESONUT, Réseau des Journalistes, des parlementaires, du secteur privé, des chercheurs, des donateurs, des Nations Unies pour la nutrition) pour la promotion de la nutrition.

Résultats attendus

- Les leaders religieux et coutumiers au niveau national, régional et local, appuient des actions pouvant améliorer la situation nutritionnelle de la population ;
- Les différents réseaux pour la nutrition (RESONUT, Réseau des Journalistes, des parlementaires, du secteur privé, des chercheurs, des donateurs, des Nations Unies) mènent des actions de Plaidoyer auprès des décideurs et des actions de mobilisation sociale auprès de la population pour l'amener à améliorer ses comportements alimentaires et nutritionnels.
- Les leaders associatifs et communautaires soutiennent la nutrition en menant des actions de mobilisation sociale et en incitant, chacun à son niveau et dans sa zone d'influence, les décideurs à prendre des décisions techniques et budgétaires en faveur des interventions nutritionnelles et la population à adopter des comportements favorables à la réduction de la malnutrition.

²³ Sur la base de 13 régions (Président des Conseils régionaux), des 45 provinces (Hauts Commissaires), des 351 départements (Préfets) et des 340 communes (maires)

Objectif spécifique 8

Mobiliser au moins cent professionnels des médias par an pour qu'ils mènent des actions de sensibilisation auprès de la population pour l'amener à améliorer ses comportements alimentaires et nutritionnels.

Résultat attendu

Les professionnels des médias (journalistes, producteurs, animateurs...) produisent et diffusent des articles, dossiers, débats, témoignages de nature à influencer la population à adopter des comportements favorables à l'amélioration de leur situation nutritionnelle.

Objectif spécifique 9

Sensibiliser 75 % de la population burkinabè sur l'importance de la nutrition et les bonnes pratiques alimentaires et nutritionnelles en général, et spécifiquement sur l'alimentation des nourrissons, du jeune enfant, des adolescents, des femmes enceintes et des femmes allaitantes.

Résultats attendus

- 60 % de la population ont les connaissances nécessaires pour améliorer leurs comportements alimentaires ;
- 50 % de la population adoptent de meilleurs comportements alimentaires et d'hygiène alimentaire.

II.6. CIBLES DE LA STRATEGIE

A chaque type de groupe cible visé²⁴ correspond des approches de communication (ou canaux) privilégiées, c'est-à-dire les plus appropriées pour obtenir les décisions ou le comportement recherché. Si l'on veut atteindre les objectifs fixés, il est donc important de déterminer avec précision ses cibles et ce qui est attendu d'elles.

II.6. 1. Les cibles du Plaidoyer

Dans le cadre du Plaidoyer, six catégories de cibles sont identifiées :

- ✓ les décideurs du secteur public au niveau central (national) ;
- ✓ les décideurs du secteur public au niveau régional, provincial et communal ;
- ✓ les décideurs du secteur privé ;
- ✓ les décideurs parmi les PTF et autres donateurs ;
- ✓ les personnes et groupes d'influence pouvant être des alliés ;
- ✓ les « champions de la nutrition ».

Au niveau des décideurs du secteur public du niveau central (national) les cibles sont :

²⁴ Ou bénéficiaires ou participants, la dénomination varie selon les PTF et les écoles de communication

- le Chef de l'Etat ;
- le Premier Ministre ;
- le Ministre de la Santé ;
- les ministres des secteurs clés mettant en œuvre des interventions sensibles à la nutrition et leurs directeurs ;
- les parlementaires ;
- Les membres du Conseil Economique et Social (CES).

Au niveau des décideurs du niveau régional et local, on ciblera :

- les gouverneurs ;
- les Haut-commissaire ;
- les Préfets ;
- l'AMBF (Association des Municipalités du Burkina Faso) ;
- l'ARBF (Association des Régions du Burkina Faso) ;
- les Présidents de Conseils Régionaux ;
- les Maires ;
- les Conseillers municipaux ;
- les responsables de services déconcentrés des ministères clés impactant sur la nutrition.

Au niveau du secteur privé on s'intéresse aux :

- opérateurs privés présents au Burkina Faso (téléphonie mobile, mines...) ;
- opérateurs économiques du secteur de l'agro-alimentaire ;
- organisations Professionnelles ;
- organisations paysannes ;
- organisations syndicales patronales ;
- chambres de Commerce et d'Industrie ;
- opérateurs économiques des secteurs du commerce, de la restauration...

Au niveau des donateurs et des Partenaires Techniques et Financiers, le plaidoyer sera développé auprès des :

- représentants des PTF déjà impliqués dans le financement de la nutrition ;
- PTF et donateurs/fondations qui pourraient potentiellement financer la nutrition.

Au niveau des leaders (hommes et femmes) ou groupes d'influence pouvant avoir un impact positif sur les actions des décideurs publics on visera :

- les leaders de la Société Civile ;
- les leaders communautaires dont les leaders religieux et coutumiers ;
- les journalistes et communicateurs.

II.6. 2. Les cibles de la mobilisation sociale

- les « champions de la nutrition » ;
- les ONGs et Organisations de la société Civile ;
- Les membres des Réseaux SUN ;
- les leaders communautaires (coutumiers, religieux...) ;
- les communicateurs traditionnels ;

- les influenceurs (artistes, sportifs, les blogueurs, etc) ;
- les relais communautaires (ASBC, OBC, crieurs publics, etc).

II.6. 3. Les cibles de la Communication pour le changement Social et de Comportement

Les cibles primaires

- les femmes en âge de procréer en général ;
- les adolescentes ;
- les femmes enceintes ;
- les femmes allaitantes d'enfants de 0 à 6 mois ;
- les mères d'enfants de 6 à 24 mois ;
- les mères d'enfants de 24 à 59 mois .

Les cibles secondaires

- les hommes en général, les maris ;
- les personnes âgées de l'entourage (belle-mère, beau-père, grands-mères, tantes,...) ;
- les tradipraticiens ;
- les élèves et étudiants ;
- les restaurateurs et restauratrices ;
- les cuisinières des cantines scolaires et universitaires ;
- les transformateurs/transformatrices des produits locaux ;
- les agents de santé
- les relais communautaires (ASBC, OBC, CVD, etc.)
- les enseignants et moniteurs/monitrices du pré scolaire,
- les mouvements, coopératives, groupements et associations de femmes

Les cibles tertiaires

- les leaders communautaires ;
- les PTF ;
- les autorités administratives et politiques ;

II.7. CANAUX ET SUPPORTS

Le choix des différents canaux et supports est réalisé en fonction de plusieurs critères :

- l'effectif du groupe cible à toucher ;
- l'accessibilité physique et financière du canal par la cible ;
- les caractéristiques propres des cibles (niveau d'alphabétisation et de formation, habitudes de l'image ...) ;
- la facilité ou la difficulté à accéder au groupe cible ;
- l'attirance pour tel ou tel type de canal et de support ;
- le potentiel du support à véhiculer un message ;
- le thème du message et type de comportement à promouvoir ;
- l'expertise technique (graphisme audiovisuel, animation) disponible ;
- les ressources humaines disponibles (cas de la CIP) ;
- le coût de l'utilisation de chaque canal ;
- le coût de production/ diffusion de chaque support ;
- le budget disponible ;
- les délais de production et de diffusion impartis.

Chaque groupe cible peut être atteint simultanément par divers canaux : institutionnels (Ministères, structures sanitaires et éducationnelles etc...), médiatiques (radio, TV, affichage) et socio-traditionnels (pairs, leaders, associations, ONG...). Au regard du faible taux d’alphabétisation au Burkina Faso, l’accent sera mis sur l’oralité (émissions de radio, chansons, théâtre radiophonique, des témoignages...) et le visuel (dessins, photos, vidéos) dans les zones rurales.

En fonction de la spécificité de la cible, les canaux ci-dessous peuvent être utilisés :

Cibles	Canaux /Supports /Approches
<p>Les cibles primaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les femmes en âge de procréer en général ; - Les adolescentes ; - Les femmes enceintes ; - Les femmes allaitantes d’enfants de 0 à 5 mois ; - Les mères d’enfants de 6 à 23 mois ; - Les mères d’enfants de 24 à 59 mois. 	<p>CIP :</p> <p>Les causeries éducatives, Théâtre forum Sketchs Chansons Ciné-débat, Les GASPA Les cérémonies, Les marchés ; Les VAD</p> <hr/> <p>Communication de masse : radios, TV, affiches, presse écrite et presse en ligne, réseaux sociaux, site web, messagerie des téléphonies mobiles,</p>
<p>Les cibles secondaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les hommes en général, les maris ; - Les personnes âgées de l’entourage (belle-mère, beau-père, grands-mères, tantes,) ; - Les tradipraticiens ; - Les élèves et étudiants ; - Les restaurateurs et restauratrices ; - Les cuisinières des cantines scolaires et universitaires ; - Les transformateurs/transformatrices des produits - Les agents de santé /nutritionnistes ; - Les relais communautaires (ASBC,OBC,CVD,etc) - Les enseignants ; - Les hommes et femmes de médias 	<p>CIP :</p> <p>les causeries éducatives, Théâtre forum Sketchs Chansons Ciné-debat, Les GASPA Les cérémonies , Les marchés ; Les VAD</p> <p>Les formations</p> <hr/> <p>Communication de masse : Radios, TV, affiches, presse écrite et presse en ligne, réseaux sociaux, site web, messagerie des téléphonies mobiles,</p> <hr/> <p>Canal institutionnel : reunions, notes administratives, conferences, audiences, etc</p>
	<p>CIP :</p> <p>Plaidoyer (Théâtre forum, Sketchs, Chansons)</p>

<p>Les cibles tertiaires</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les leaders communautaires ; - Les PTF - Les autorités administratives et politiques ; 	<p>les cérémonies , Formations</p>
	<p>Communication de masse : radios, TV, affiches, presse écrite et presse en ligne, réseaux sociaux, site web, messagerie des téléphones mobiles,</p>
	<p>Canal institutionnel :</p> <p>Réunions, notes administratives, conférences, audiences, etc</p>

PARTIE 3

LA MISE EN ŒUVRE

La mise en œuvre de la présente stratégie se fera de manière participative avec une implication totale des parties prenantes (départements ministériels, collectivités territoriales, partenaires techniques et financiers, les organisations de la société civile, etc.) aux différents niveaux administratifs. La programmation est annuelle et s'étend sur cinq ans. Le niveau de responsabilité de chaque acteur dans la mise en œuvre est fonction de la nature de l'action et des ressources à mobiliser.

III.1. Cadre logique

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses
<u>Objectif spécifique 1</u>			
Sensibiliser 80% des décideurs de haut niveau sur la nécessité de renforcer la coordination de la nutrition par un relèvement du niveau d'ancrage et la mise en œuvre de l'approche multisectorielle			
Résultat attendu : 80 % des décideurs de haut niveau sont sensibilisés sur la nécessité de renforcer la coordination multisectorielle et prennent des décisions en faveur du relèvement du niveau d'ancrage institutionnel			
A1 :Organiser des plaidoyers ciblés (audiences) à l'endroit des autorités administratives et politiques pour le relèvement du niveau d'ancrage institutionnel de la nutrition	Nombre d'audiences organisées	Rapport	Engagement ou volonté du gouvernement Renforcement des capacités des acteurs Mobilisation des ressources conséquentes pour la mise en œuvre des activités
A2 :Organiser un panel sur la coordination multisectorielle de nutrition	Nombre de panels organisés	Rapport	
	Nombre de participants	Liste de présence	
A3 : Concevoir et distribuer 1 000 plaquettes, 1 000 dépliants sur la coordination multisectorielle de la nutrition	Nombre de dépliants, plaquettes conçus et distribués	Bon de livraison	
A4 :Organiser 10 tables rondes(5 télé et 5 radios) sur l'ancrage institutionnel de la nutrition	Nombre de tables rondes organisées	Bon de diffusion CD	
<u>Objectif spécifique 2</u>			

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses
Informer et sensibiliser 80% des décideurs de niveau national ciblés, sur le contenu de la Politique Nationale multisectorielle de Nutrition et du Plan Stratégique Multisectoriel de Nutrition en vue de susciter leur engagement et la prise de décisions en faveur de la nutrition.			
Résultat attendu 1 : Les documents de PNMN et PSMN sont disséminés auprès de 80% des décideurs au niveau national (députés, ministères) ;			
A5 : Identifier et contractualiser des « champions » de la nutrition	Nombre de champion identifiés	Rapport Liste de présence	Utilisation de la PNIN Pour la promotion de la mise en œuvre des activités de nutrition
A6 : Organiser une cérémonie officielle de nomination des champions de nutrition	Nombre de cérémonies organisées	Rapport	Mise en œuvre des Activités conformément aux normes et protocoles définis
A7 : Organiser des ateliers d'information et sensibilisation des « champions » sur la thématique de la nutrition	Nombre d'ateliers organisés Nombre de participants	Rapport Liste de présence	Engagement des Acteurs
A8 : Organiser un atelier d'élaboration d'un document de plaidoyer pour les différentes catégories de décideurs	Nombre d'ateliers organisés Nombre de participants	Rapport Liste de présence	Adhésion des Populations
A9 : Concevoir et diffuser des supports de communication (3000 dépliant, 3000 plaquettes, 3000 flyers) de plaidoyer pour les différentes catégories de décideurs	Nombre de dépliant, plaquettes, flyers conçus et distribués	Bon de livraison	Implication des leaders communautaires
A10 : Organiser un atelier de dissémination du document de PNMN et PSMN avec les parlementaires	Nombre d'ateliers organisés Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A11 : Organiser un séminaire gouvernemental sur le document de PNMN et PSMN	Nombre de séminaires organisés	Rapport Liste de présence	

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses
	Nombre de participants		Engagement des Acteurs de la société civile
A12 :Organiser une séance de dissémination du document de PNMN et PSMN avec les membres du CES	Nombre de séances organisés Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A13 :Organiser des séances de dissémination du document de PNMN et PSMN lors des sessions des cadres sectorielles de concertation en lien avec la nutrition (CNCN, AG du CNSA, Conseil national de protection sociale)	Nombre de séances organisés Nombre de participants	Rapport Liste de présence	Disponibilité des ressources
A14 :Assurer la couverture médiatique de toutes les activités de plaidoyer et de mobilisation sociale.	Nombre de publications	Coupures de presse Liste de présence Lettre d'invitation	
A15 :Editer et publier un bulletin semestriel d'information sur la nutrition en 2 000 exemplaires	Nombre de numéros publiés	Bon de livraison	
A16 :Partager des résultats de la participation du Burkina aux rencontres internationales en nutrition	Nombre de rencontres organisés Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
Résultat attendu 2 : Les décideurs de haut niveau (Parlementaires –Ministres.) prennent des décisions (lois et arrêtés) sur des questions affectant directement la nutrition			
A17 :Organiser une rencontre de plaidoyer en direction du parlement pour l'adoption de l'arrêté portant application du	Nombre de rencontres organisés	Rapport Liste de présence	

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses	
Code international de commercialisation des substituts du lait maternel,	Nombre de participants			
A18 :Réaliser un plaidoyer auprès des députés en faveur de la Révision des dispositifs du code du travail pour l'extension à 6 mois du congé de maternité	Nombre de rencontres organisés Nombre de participants	Rapport Liste de présence		
A19 :Organiser un atelier d'élaboration d'un texte réglementaire (arrêté interministériel) portant obligation de respect des normes en matière d'hygiène alimentaire des acteurs de la restauration commerciale	Nombre d'atelier organisés Nombre de participants	Rapport Liste de présence Textes disponibles		
A20 :Organiser des rencontres de plaidoyer pour l'adoption d'un texte réglementaire (arrêté interministériel) portant obligation de respect des normes en matière d'hygiène alimentaire des acteurs de la restauration commerciale	Nombre de rencontres organisés Nombre de participants	Rapport Liste de présence Textes disponibles		
A21 :Organiser un atelier d'élaboration d'un arrêté ministériel rendant obligatoire l'application des normes de spécifications sur la spiruline et d'un arrêté ministériel rendant obligatoire l'application des normes de spécifications sur la spiruline et le moringa oleifera	Nombre d'atelier organisés Nombre de participants	Rapport Liste de présence Arrêté disponible		
A22 :Organiser une rencontre de plaidoyer pour l'élaboration et l'adoption d'un arrêté ministériel rendant obligatoire l'application des normes de spécifications sur la spiruline et d'un arrêté ministériel rendant obligatoire l'application des normes de spécifications sur la spiruline et le moringa oleifera	Nombre de rencontres organisés Nombre de participants	Rapport Liste de présence		
<u>Objectif spécifique 3</u>				

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses
Promouvoir l'intégration de la nutrition dans les politiques, stratégies, plans et activités d'au moins sept des secteurs mettant en œuvre des interventions sensibles à la nutrition (Santé, Education, agriculture, protection sociale, Commerce et Industrie, Eau et Assainissement, Finances...) et la mise en œuvre des objectifs nutritionnels concourant à l'amélioration du statut nutritionnel des différents groupes de population			
Résultat attendu : Au moins sept des secteurs mettant en œuvre des interventions sensibles à la nutrition ont intégré la nutrition dans leur politique et disposent d'objectifs nutritionnels opérationnels concourant à l'amélioration du statut nutritionnel des différents groupes de population			
A23 : Organiser un atelier d'élaboration d'instruments programmatique communs et d'une feuille de route (guide, matrices...) pour servir à l'intégration dans chaque secteur des objectifs nutritionnels	Nombre d'atelier organisés Nombre de participants Document disponible	Rapport Liste de présence	
A24 : Organiser un atelier de réflexion sur la définition des objectifs nutritionnels pouvant être intégrés dans chaque secteur clé	Nombre d'atelier organisés Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A25 : Organiser des ateliers annuels de planification d'activités conjointes de nutrition avec les secteurs clés	Nombre d'atelier organisés Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A26 : Tenir des rencontres semestrielles de suivi commun des activités impactant la nutrition pour les secteurs clé concernés	Nombre de rencontres organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A27 : Concevoir et diffuser un bulletin électronique trimestriel portant sur les actions menées par les secteurs clés et entrant dans le cadre d'objectifs nutritionnels	Nombre de publications Nombre de personnes ayant reçu le bulletin	Parutions	

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses
A28 :Concevoir et distribuer des supports de Plaidoyer(1000 dépliants,500affiches,1000 plaquettes) pour la prise en compte de la nutrition dans les secteurs clés	Nombre de plaquettes, dépliants, affiches conçus et distribués	Bon de livraison	
A29 :Créer un logo et une mascotte (Nutrichou) de la nutrition pour identifier toutes les productions et activités menées dans le domaine	Nombre de logos réalisés	Bon de livraison Existence du logo	
A30 :Créer et animer un site Web de la sécurité alimentaire et nutritionnelle	Nombre de sites web créés	Existence du site web	
<u>Objectif spécifique 4</u>			
Sensibiliser 80 % des décideurs régionaux et locaux ciblés, ainsi que les parties prenantes de la lutte contre la malnutrition sur les enjeux de la Politique nationale multisectorielle de nutrition et les activités à mener dans le cadre du Plan stratégique multisectoriel de nutrition.			
Résultat attendu : Les autorités administratives régionales et les élus locaux sont sensibilisés sur la nutrition et s'engagent à inscrire des lignes budgétaires dans les plans communaux et régionaux de développement			
A31 :Doter chaque région de 1000 dépliants sur les différentes dimensions interférant sur la nutrition et la nécessité de financer localement des activités spécifiques dans ce domaine	Nombre de dépliants conçus et distribués	Bon de livraison	
A32 :Organiser des séances de dissémination de la PNMN et du PSMN et de sensibilisation sur la nutrition avec les Gouverneurs (13), Hauts Commissaires Provinciaux (45), Préfets (300)	Nombre de séances organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A33 :Organiser des séances de dissémination de la PNMN et de sensibilisation sur la nutrition avec les Présidents des Conseils Régionaux et les Conseils Municipaux des 300 communes concernées	Nombre de séances organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses
A34 : Organiser une rencontre de plaidoyer avec l'Association des municipalités du Burkina	Nombre de rencontres organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A35 : Organiser des séances de sensibilisation sur le caractère multidimensionnel et l'importance de la nutrition dans les réunions des Conseils Régionaux et Conseils Municipaux	Nombre de séances organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A36 : Réaliser des reportages sur des communes allouant des budgets à des activités diverses pour l'amélioration du statut nutritionnel des populations	Nombre de reportages diffusés ou publiés	Bon de diffusion CD	
A37 : Récompenser lors d'une cérémonie les meilleures communes allouant des budgets à des activités diverses pour l'amélioration du statut nutritionnel des populations	Nombres de cérémonies organisées	Rapport	
<u>Objectif spécifique 5</u>			
Sensibiliser 75% des décideurs et Partenaires techniques et financiers ciblés sur le soutien à apporter à la mise en œuvre du Plan stratégique multisectoriel de Nutrition et à la stratégie de Plaidoyer, Communication pour le changement social et de Comportement et mobilisation sociale qui l'accompagne.			
Résultat attendu 1 : au moins 75% des PTF et décideurs sont informés et sont favorables au contenu et à la mise en œuvre de la PNMN et du PSMN			
Résultat attendu 2 : une augmentation de 10 % des financements extérieurs dirigés vers la nutrition est obtenue auprès des PTF.			
A38 : Concevoir un répertoire des partenaires : coopérations multilatérales, bilatérales ; opérateurs du secteur privé, fondations, ONGs internationales intervenant financièrement	Nombre de répertoires réalisés	Rapport Répertoire disponible	

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses
et/ou techniquement dans la thématique de la nutrition au Burkina Faso			
A39 : Réaliser un inventaire des apports financiers de chaque partenaire	Nombre d'inventaires réalisés	Rapport	
A40 : Identifier les partenaires potentiels non encore impliqués dans les activités en faveur de la nutrition y compris les PTF non présents sur le territoire	Nombre de partenaire identifiés	Rapport	
A41 :Organiser un atelier de conception d'un contenu de messages à adresser aux différentes catégories de décideurs et PTF	Nombre d'ateliers organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A42 :Elaborer et distribuer des supports de plaidoyer nécessaires (Diaporamas, 2000 plaquettes, 2000 dépliants, 50 kakemonos, ...)	Nombre de dépliants, plaquettes, kakemonos conçus et distribués	Bon de livraison	
A43 :Organiser une table ronde des PTF sur le financement de la nutrition	Nombre de tables rondes organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A44 :Diffuser à travers le site Web SUN les argumentaires en faveur du financement des activités nutrition à l'endroit des PTF non présents au Burkina Faso	Nombre de publications	Liens de publication	
A45 :Organiser des visites de sites d'intervention nutritionnelle à l'intention des PTF spécialisés dans l'appui au secteur de la sécurité alimentaire et au secteur de la sécurité nutritionnelle	Nombre de visites organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses
A46 :Documenter des bonnes pratiques nutritionnelles sous forme de plaquette et d'éléments audio et vidéo ,diffusion sur le site Web	Nombres de plaquettes et vidéos diffusées	Bon de livraison	
A47 :Organiser des points de presse sur la PNMN et le PSMN avec les médias	Nombre de points de presse organisés Liste de présence	Rapport	
A48 :Editer et distribuer 5 000 plaquettes illustrées sur la PNMN le PSMN et les différentes parties prenantes (version française et anglaise)	Nombre de plaquettes conçues et distribuées	Bon de livraison	
A49 :Réaliser et diffuser un documentaire sur la lutte contre la malnutrition au Burkina Faso	Nombre de documentaires réalisés et diffusés	Bon de diffusion CD	
A50 :Organiser une journée porte ouverte annuelle sur la revue des réalisations avec stand d'exposition de toutes directions ou structure associative mettant en œuvre des interventions sensibles ou spécifique à la nutrition	Nombre de JPO organisées	Rapport	
A51 :Editer et distribuer aux PTF et décideurs nationaux, régionaux et locaux 1000 calendrier porteur des thématiques de la sécurité alimentaire et de la sécurité nutritionnelle	Nombre de calendriers édités et distribués	Bon de livraison	
A52 : Organiser un Téléthon (soirée de collecte de fonds) pour mobiliser des ressources en faveurs des activités de promotion de la nutrition	Nombre de partenaires qui s'engagent financièrement Nombre de participants	Vidéo de la cérémonie	
<u>Objectif spécifique 6</u>			

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses
<p>Informers et sensibiliser 80 % des acteurs du secteur privé ciblés, en particulier les opérateurs concernés par la nutrition (agro – industries, commerçants, etc...) sur la mise en œuvre de la Politique Nationale multisectorielle de Nutrition et le Plan Stratégique Multisectoriel de Nutrition.</p>			
<p>Résultat attendu : au moins 80% des acteurs du secteur privé ciblés sont informés et sont favorables au contenu et à la mise en œuvre de la PNMN et du PSMN</p>			
A53 : Réaliser un inventaire des grands opérateurs économiques du secteur privé (agro- alimentaires et grandes sociétés, autres secteurs)	<p>Nombre d'inventaires réalisés</p> <p>Nombre d'opérateurs économiques répertoriés</p>	Rapport	
A54 : Identifier et promouvoir auprès du secteur privé les marchés potentiellement importants en matière de production d'aliments thérapeutiques ou enrichis	Nombre de marchés identifiés	Rapport	
A55 : Elaborer et distribuer 1000 argumentaires et supports spécifiques pour le secteur privé	Nombre de supports argumentaires élaborés et distribués	Bon de livraison	
A56 : Organiser des séminaires avec les responsables et membres ciblés de la Chambre de Commerce et d'industrie au niveau national et au niveau des régions	<p>Nombre de séminaires organisées</p> <p>Nombre de participants</p>	<p>Rapport</p> <p>Liste de présence</p>	
A57 : Organiser des expositions, des foires annuelles	<p>Nombre de foires organisées</p> <p>Nombre de participants</p>	<p>Rapport</p> <p>Liste de présence</p>	
A58 : Organiser une rencontres/séminaires annuel avec les organisations professionnelles	<p>Nombre de rencontres organisées</p> <p>Nombre de participants</p>	<p>Rapport</p> <p>Liste de présence</p>	

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses
A59 :Appuyer le Réseau du secteur privé pour la nutrition pour un Plaidoyer auprès des chefs d'entreprises pour la création d'un environnement propice à l'allaitement maternel dans le milieu du travail et pour le sponsoring des récompense pour le maintien des filles à l'école	Nombre d'entreprises contactées	Rapport	
<u>Objectif spécifique 7</u> Susciter l'engagement de 50 % des différentes catégories de leaders ciblés (leaders religieux, leaders communautaires et associatifs) et les différents réseaux (RESONUT, Réseau des Journalistes, des parlementaires, du secteur privé, des chercheurs, des donateurs, des Nations Unies pour la nutrition) pour la promotion de la nutrition.			
Résultats attendus: <ul style="list-style-type: none"> - Les leaders religieux et coutumiers au niveau national, régional et local, appuient des actions pouvant améliorer la situation nutritionnelle de la population ; - Les différents réseaux pour la nutrition (RESONUT, Réseau des Journalistes, des parlementaires, du secteur privé, des chercheurs, des donateurs, des Nations Unies) mènent des actions de Plaidoyer auprès des décideurs et des actions de mobilisation sociale auprès de la population pour l'amener à améliorer ses comportements alimentaires et nutritionnels. - Les leaders associatifs et communautaires soutiennent la nutrition en menant des actions de mobilisation sociale et en incitant, chacun à son niveau et dans sa zone d'influence, les décideurs à prendre des décisions techniques et budgétaires en faveur des interventions nutritionnelles et la population à adopter des comportements favorables à la réduction de la malnutrition. 			
A60 :Organiser des audiences/rencontres de plaidoyer avec les leaders coutumiers et religieux au BF	Nombre d'audiences organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A61 :Concevoir et diffuser avec les leaders coutumier et religieux un guide argumentaire en faveur de la nutrition s'appuyant sur les textes sacrés	Nombre de guides conçus et diffusés	Exemplaires de guides disponibles	

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses
A62 : Identifier et renforcer les capacités des leaders associatifs et communautaires les plus engagés au niveau national comme au niveau régional sur les concepts de nutrition	Nombres de leaders formés Nombre de séances organisées	Rapport Liste de présence	
<u>Objectif spécifique 8</u>			
Mobiliser au moins cent professionnels des médias par an pour qu'ils mènent des actions de sensibilisation auprès de la population pour l'amener à améliorer ses comportements alimentaires et nutritionnels.			
Résultat attendu : Les professionnels des médias (journalistes, producteurs, animateurs...) produisent et diffusent des articles, dossiers, débats, témoignages de nature à influencer la population à adopter des comportements favorables à l'amélioration de leur situation nutritionnelle.			
A63 : Organiser des sessions de formation des acteurs des média sur la nutrition	Nombre de sessions organisées Nombre d'acteurs des médias formés	Rapport Liste de présence	
A64 : Institutionaliser un prix du meilleur journaliste en nutrition avec 3 composantes (radio, TV, presse en ligne/écrite)	Nombre de cérémonie de lancements Nombre d'œuvres primées	Rapport de l'activité Vidéo de l'activité	
<u>Objectif spécifique 9</u>			
Sensibiliser 75 % de la population burkinabè sur l'importance de la nutrition et les bonnes pratiques alimentaires et nutritionnelles en général, et spécifiquement sur l'alimentation des nourrissons, du jeune enfant, des adolescents, des femmes enceintes et des femmes allaitantes.			
Résultats attendus :			
- 60 % de la population ont les connaissances nécessaires pour améliorer leurs comportements alimentaires ;			

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses
- 50 % de la population adoptent de meilleurs comportements alimentaires et d'hygiène alimentaire.			
A65 :Réaliser et diffuser sur 4 chaines un documentaire TV de 13 minutes présentant l'ensemble de la problématique de la nutrition	Nombre de documentaires réalisés et diffusés Nombres de diffusions	Bon de diffusion Planning de diffusion	
A66 : Réalisation et diffuser sur 5 chaines des documentaires TV de 6 minutes sur chacun des secteurs influant sur l'équilibre nutritionnel de la population (éducation, agriculture, élevage, etc...)	Nombre de documentaires réalisés et diffusés Nombres de diffusions	Bon de diffusion Planning de diffusion	
A67 :Réaliser et diffuser une série d'émissions (15 en radio et 3 en télé par an) pour démontrer l'importance de la nutrition dans la vie	Nombre d'émissions réalisés et diffusés Nombres de diffusions	Bon de diffusion Planning de diffusion	
A68 :Organiser des débats TV et radio(2 en télé et 5 en radio par an) sur les causes multidimensionnelles de la malnutrition	Nombre de débats organisés	Bon de diffusion	
A69 :Réaliser des clips sur la nutrition avec les « champions de la nutrition » déjà identifiés	Nombre de clips réalisés et diffusés	Bon de livraison Bon de diffusion	
A70 :Organiser des caravanes régionales sur la nutrition avec les « champions de la nutrition	Nombre de caravanes organisés Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A71 :Produire et installer des grands panneaux sur la nutrition et ses différentes dimensions	Nombre de panneaux produits et installés	Bon de livraison	
A72 :Elaborer et distribuer des messages ayant trait à la nutrition sur les cahiers des écoliers	Nombre de cahiers distribués	Rapport	

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses
A73 :Réaliser et diffuser des microprogrammes de sensibilisation sur l'utilisation de moustiquaires imprégnées d'insecticide, Chimio prévention saisonnière (CPS) du paludisme des enfants de 3-59 mois, lutte contre les maladies infectieuses évitable par la vaccination (PEV chez les enfants et la femme enceinte), prévention de la transmission mère/enfant du VIH (PTME) et santé et nutrition des	Nombre de microprogrammes réalisés et diffusés Nombres de diffusions	Bon de diffusion Planning de diffusion	
A74 :Organiser des rencontres semestrielles de sensibilisation des importateurs/grossistes sel	Nombre de rencontres organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A75 :Organiser une journée de sensibilisation sur les carences en micronutriments	Nombre rencontres organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A76 :Organiser un voyage d'échanges au Ghana auprès des producteurs de sel iodé pour améliorer la qualité du sel importé	Nombre de voyages organisés Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A77 :Réaliser et diffuser 6 spots TV et radio sur l'enrichissement des aliments.	Nombre de spots réalisés et diffusés Nombres de diffusion	Bon de diffusion Planning de diffusion	
A78 : Réaliser et diffuser 10 microprogrammes TV et radio en plusieurs langues sur les thématiques ANJE (mise au sein	Nombre de microprogrammes réalisés et diffusés	Bon de diffusion	

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses
précoce, Allaitement Exclusif, Aliment de complément dès 6 mois etc	Nombres de diffusion	Planning de diffusion	
A79 :Institutionnaliser une journée annuelle de la Nutrition	Nombre de journées organisées		
A80 :Organiser des séances de vulgarisation de l'arrêté d'application du Code international de commercialisation des substituts du lait maternel auprès des professionnels de santé, du secteur privé agroalimentaire et du grand public	Nombre de séances organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A81 :Réaliser et diffuser des spots radio et télé pour vulgariser l'arrêté d'application du Code international de commercialisation des substituts du lait maternel	Nombre de spots réalisés et diffusés Nombres de diffusion	Bon de diffusion Planning de diffusion	
A82 :Organiser des séances de dissémination et de vulgarisation du cahier des charges portant obligation de respect des normes en matière d'hygiène alimentaire auprès des acteurs de la restauration commerciale	Nombre de séances organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A83 :Organiser des séances de vulgarisation du guide de bonnes pratiques d'hygiène en restauration collective pour les cantines scolaires et restaurants universitaires	Nombre de séances organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A84 :Organiser des séances de vulgarisation du guide de bonnes pratiques de production de la spiruline et de la poudre de feuilles de moringa oleifera	Nombre de voyages organisés Nombre de participants	Rapport Liste de présence	

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses
A85 :Organiser de la Semaine Mondiale de l'Allaitement	Nombre de journées organisées	Rapport	
A86 :Confectionner 30 000 posters sur les troubles dus à la carence en iode	Nombre de posters conçus et affichés	Bon de livraison	
A87 :Confectionner 30 000 posters sur la fortification des aliments en vitamine A et de la farine de blé en fer + acide folique	Nombre de posters conçus et affichés	Bon de livraison	
A88 :Réaliser et diffuser sur 4 chaines un documentaire sur les carences en micronutriments (vitamine A, fer, iode)	Nombre de documentaires réalisés et diffusés Nombres de diffusion	Bon de diffusion Planning de diffusion	
A89 :Réaliser des émissions télé et radio en langues nationales sur les carences en micronutriments	Nombre d'émissions réalisées et diffusés Nombres de diffusion	Bon de diffusion Planning de diffusion	
A90 :Reproduire et distribuer 30000 exemplaires de guides diététiques de prévention des MNT liées à la nutrition	Nombre de guides produits et distribués	Bon de livraison Un exemplaire du guide est disponible	
A91 :Organiser des campagnes de sensibilisation des acteurs du monde rural sur les bonnes pratiques alimentaires/ nutritionnelles	Nombre de séances organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A92 :Concevoir et reproduire 100 000 posters et 100 000 dépliants sur les MNT liées à la nutrition	Nombre de posters conçus et affichés	Bon de livraison	
A93 :Concevoir et diffuser des capsules télé et radios sur la prévention des MNT liées à la nutrition	Nombre de capsules réalisées et diffusés	Bon de diffusion	

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses
	Nombres de diffusion	Planning de diffusion	
A94 :Elaborer et diffuser 10 000 affiches en français sur la conservation, l'utilisation des huiles alimentaires	Nombre de posters conçus et affichés	Bon de livraison	
A95 :Elaborer et diffuser des capsules vidéo en français, mooré, dioula et fulfuldé sur conservation utilisation des huiles alimentaires	Nombre de capsules réalisées et diffusés Nombres de diffusions	Bon de diffusion Planning de diffusion	
A96 :Elaborer et diffuser de 5000 affiches en français sur conservation des aliments dans les enceintes réfrigérées	Nombre de posters ou affiches conçus et affichés	Bon de livraison	
A97 :Elaborer et diffuser dans les DRAAH et OP 2000 boîtes à images sur la prévention des mycotoxines dans les produits agricoles	Nombre de boites à images réalisées et diffusées Nombres de diffusions	Bon de livraison Rapport	
A98 :Réaliser 130 émissions radio sur la sécurité sanitaire des aliments	Nombre d'émissions réalisées et diffusées Nombres de diffusions	Bon de diffusion Planning de diffusion	
A99 :Organiser des ateliers de sensibilisation des organisations de consommateurs des 13 régions du Burkina Faso sur les concepts de la sécurité sanitaire des aliments	Nombre de séances organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A100 :Sensibiliser et former 200 importateurs et distributeurs de denrées alimentaires sur les bonnes pratiques d'importation, de manutention et de conservation des denrées alimentaires.	Nombre d'ateliers organisés Nombre de participants	Rapport Liste de présence	

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses
A101 :Organiser des ateliers de formation de 600 acteurs de l'alimentation de rue sur les bonnes pratiques d'hygiène, de préparation et de vente des aliments	Nombre d'ateliers organisés Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A102 :Organiser des sessions de sensibilisation autour des AGR au profit des Associations de Mères Educatrices (AME)	Nombre de sessions organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A103 :Concevoir et distribuer de posters, boite à images, BD, dépliants sur les bonnes pratiques alimentaires et nutritionnelles à 50 % des écoles	Nombre de posters, boites à image, dépliants conçus et distribués Nombre d'écoles bénéficiaires	Rapport Bon de livraison	
A104 :Former 50% des enseignants/encadreurs en activités de santé-hygiène-nutrition dans les écoles	Nombre d'enseignants formés Nombre de sessions organisées	Rapport Liste de présence	
A105 :Concevoir et distribuer des boites à images pour la sensibilisation sur les bonnes pratiques en matière d'hygiène /assainissement et de nutrition à 50% des structures éducatives	Nombre de posters, boites à image conçues et distribuées Nombre d'écoles bénéficiaires	Rapport Bon de livraison	
A106 :Organisation de séances de sensibilisation sur le maintien des filles à l'école	Nombre de sessions organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses
A107 :Organiser des sessions sensibilisation de la communauté éducative à l'utilisation des dispositifs de lave-mains Tippy Tap dans les écoles	Nombre de sessions organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A108 :Organiser une campagne de sensibilisation dans les écoles pour l'adoption de bonnes pratiques nutritionnelles.	Nombre de microprogrammes réalisés et diffusés	Rapport Planning de diffusion	
A109 :Organiser des sessions de vulgarisation des bonnes pratiques alimentaires et nutritionnelles au profit des groupements de producteurs et transformateurs	Nombre de sessions organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A110 :Organiser des sessions de sensibilisation de 200 agents d'encadrement agricole sur « les 5 clefs pour cultiver des fruits et des légumes plus sûrs » de l'OMS	Nombre de sessions organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A111 :Organiser la Journée Mondiale de l'Alimentation	Nombre de journées organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A112 :Élaborer un support pédagogique flipchart, d'une vidéo et de deux microprogrammes radio sur les bonnes pratiques d'hygiène, de fabrication et de restauration	Nombre de supports de communication réalisés et diffusés	Bon de commande Rapport	

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses
	Nombres de diffusions		
A113 :Produire et diffuser des microprogrammes radio et télé sur la consommation des aliments et des mets locaux à haute valeur nutritive	Nombre de microprogrammes réalisés et diffusés Nombres de diffusions	Rapport Liste de présence	
A114 :Organiser des séances de sensibilisation dans chaque commune des femmes pour la mise en place de périmètres maraîchers et jardins potagers familiaux pour la diversification de l'alimentation familiale	Nombre de sessions organisées Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A115 :Former 200 agents d'encadrement agricole sur l'utilisation de la boîte à images sur les mesures de prévention de la contamination des produits agricoles par les mycotoxines	Nombre d'agents agricole formés Nombre de participants	Rapport Bon de livraison	
A116 :Concevoir, produire et distribuer 10 000 livrets et CD-Rom de recettes des mets à haute valeur nutritive	Nombre de livrets et CD conçus et distribués Nombre d'écoles bénéficiaires	Rapport Bon de livraison	
A117 :Concevoir et diffuser 4 émissions radios sur l'aviculture, l'apiculture	Nombre d'émissions réalisées et diffusés Nombres de diffusions	Bon de diffusion Planning de diffusion	

Activités	Indicateurs objectivement vérifiables	Moyens et sources de vérification	Hypothèses
A118 :Réaliser et diffuser des émissions de sensibilisation des ménages sur l'hygiène et l'assainissent.	Nombre de microprogrammes réalisés et diffusés	Bon de diffusion CD	
A119 :Organiser la journée mondiale des toilettes avec couverture média	Nombre de journées organisées	Rapport	
A120 :Organiser 4 « sanithons »	Nombre de sanithons organisés	Rapport	
A121 :Organiser des camps vacance de Sensibilisation sur la cuisine à base de PFNL	Nombre de camps organisés Nombre de participants	Rapport Liste de présence	
A122 :Réaliser et diffuser 10 émissions (français, mooré, dioula, fulfuldé) sur les PFNL et aliments locaux riches en micronutriments	Nombre d'émissions réalisées et diffusés Nombres de diffusions	Bon de diffusion Planning de diffusion	
A123 :Conception et diffuser 10 000 affiches, plaquettes, dépliants sur les valeurs nutritionnelles des aliments PFNL	Nombre de posters, plaquettes, dépliants conçus et distribués Nombre d'écoles bénéficiaires	Rapport Bon de livraison	
A124 :Reproduire les supports de communication sur l'ANJE (25 000 boîtes à image, 5 000 aides mémoires pratique ANJE, 5 000 cartes conseil ANJE, 400 supports audiovisuels) en prenant en compte les nouvelles recommandations de l'OMS sur l'ANJE	Nombre de supports diffusés	Rapport Bon de livraison	

III.2. Programmation physique et financières des activités

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
Objectif Général(OG) :								
Mobiliser l'ensemble des acteurs pour la réalisation des actions de sensibilisation et de plaidoyer en faveur de la nutrition et l'adoption de bonnes pratiques alimentaires et nutritionnelles								
Domaine 1 : Renforcement de la coordination et du cadre institutionnel								
Orientation stratégique 1 : Opérationnalisation/renforcement de la fonction coordination, planification, harmonisation avec un meilleur ancrage institutionnel et la mise en œuvre effective de l'approche multisectorielle								
<u>Objectif spécifique 1</u>								
Sensibiliser 80% des décideurs de haut niveau sur la nécessité de renforcer la coordination de la nutrition par un relèvement du niveau d'ancrage et la mise en œuvre de l'approche multisectorielle								
Résultat attendu : 80 % des décideurs de haut niveau sont sensibilisés sur la nécessité de renforcer la coordination multisectorielle et prennent des décisions en faveur du relèvement du niveau d'ancrage institutionnel								
A1 : Organiser des plaidoyers ciblés (audiences) à l'endroit des autorités administratives et politiques pour le relèvement du niveau d'ancrage institutionnel de la nutrition	3 000 000	5	10				STAN	DN/MS RESONUT REPASEN PTF
A2 : Organiser un panel sur la coordination multisectorielle de nutrition	10 000 000		1				STAN	DN/MS RESONUT REPASEN

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
								PTF
A3 : Concevoir et distribuer 1 000 plaquettes, 1 000 dépliants sur la coordination multisectorielle de la nutrition	2 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A4 : Organiser 10 tables rondes (5 télé et 5 radios) sur l'ancrage institutionnel de la nutrition	10 000 000		10				STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
SOUS TOTAL 1						25 000 000		
Domaine 2 : dissémination et sensibilisation aux politiques et stratégies								
Orientation stratégique 2 : Dissémination de la Politique nationale multisectorielle de nutrition 2020-2029 et du Plan stratégique multisectoriel de nutrition 2020-2024								
Objectif spécifique 2								
Informier et sensibiliser 80% des décideurs de niveau national ciblés, sur le contenu de la Politique Nationale multisectorielle de Nutrition et du Plan Stratégique Multisectoriel de Nutrition en vue de susciter leur engagement et la prise de décisions en faveur de la nutrition.								
Résultat attendu 1 : Les documents de PNMN et PSMN sont disséminés auprès de 80% des décideurs au niveau national (députés, ministères) ;								
A5 : Identifier et contractualiser des « champions » de la nutrition	3 000 000		3				STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A6 : Organiser une cérémonie officielle de nomination des champions de nutrition	1 500 000		1				STAN	DN RESEAUX SUN

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
								PTF Autres secteurs
A7 :Organiser des ateliers d'information et sensibilisation des « champions » sur la thématique de la nutrition	7 500 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A8 :Organiser un atelier d'élaboration d'un document de plaidoyer pour les différentes catégories de décideurs	2 500 000		1				STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A9 :Concevoir et diffuser des supports de communication (3000dépliants, 3000plaquettes,3000 flyers) de plaidoyer pour les différentes catégories de décideurs	10 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A10 :Organiser un atelier de dissémination du document de PNMN et PSMN avec les parlementaires	4 000 000		1				STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A11 :Organiser un séminaire gouvernemental sur le document de PNMN et PSMN	4 000 000		1				STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A12 :Organiser une séance de dissémination du document de PNMN et PSMN avec les membres du CES	3 000 000		1				STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A13 :Organiser des séances de dissémination du document de PNMN et PSMN lors des	PM		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
sessions des cadres sectorielles de concertation en lien avec la nutrition (CNCN, AG du CNSA, Conseil national de protection sociale)								PTF Autres secteurs
A14 :Assurer la couverture médiatique de toutes les activités de plaidoyer et de mobilisation sociale.	60 000 000	1	1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A15 :Editer et publier un bulletin semestriel d'information sur la nutrition en 2 000 exemplaires	25 000 000		2	2	2	2	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A16 :Partager des résultats de la participation du Burkina aux rencontres internationales en nutrition	PM		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
Résultat 2 : Les décideurs de haut niveau (Parlementaires –Ministres..) prennent des décisions (lois et arrêtés) sur des questions affectant directement la nutrition								
A17 :Organiser une rencontre de plaidoyer en direction du parlement pour l'adoption de l'arrêté portant application du Code international de commercialisation des substituts du lait maternel	4 000 000		1				STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A18 :Réaliser un plaidoyer auprès des députés en faveur de la Révision des dispositifs du code du travail pour l'extension à 6 mois du congé de maternité	1 000 000		1				STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs	
		2020	2021	2022	2023	2024			
A19 :Organiser un atelier d'élaboration d'un texte réglementaire (arrêté interministériel) portant obligation de respect des normes en matière d'hygiène alimentaire des acteurs de la restauration commerciale	3 000 000			1			STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs	
A20 :Organiser des rencontres de plaidoyer pour l'adoption d'un texte réglementaire (arrêté interministériel) portant obligation de respect des normes en matière d'hygiène alimentaire des acteurs de la restauration commerciale	4 000 000			10			STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs	
A21 :Organiser un atelier d'élaboration d'un arrêté ministériel rendant obligatoire l'application des normes de spécifications sur la spiruline et d'un arrêté ministériel rendant obligatoire l'application des normes de spécifications sur la spiruline et le moringa oleifera	3 000 000			1			STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs	
A22 :Organiser une rencontre de plaidoyer pour l'élaboration et l'adoption d'un arrêté ministériel rendant obligatoire l'application des normes de spécifications sur la spiruline et d'un arrêté ministériel rendant obligatoire l'application des normes de spécifications sur la spiruline et le moringa oleifera	3 000 000			10			STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs	
SOUS TOTAL 2									
					138 500 000				
<i>Orientation stratégique 3 : Sensibilisation des décideurs nationaux et régionaux</i>									

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
<u>Objectif spécifique 3</u>								
Promouvoir l'intégration de la nutrition dans les politiques, stratégies, plans et activités d'au moins sept des secteurs mettant en œuvre des interventions sensibles à la nutrition (Santé, Education, agriculture, protection sociale, Commerce et Industrie, Eau et Assainissement, Finances...) et la mise en œuvre des objectifs nutritionnels concourant à l'amélioration du statut nutritionnel des différents groupes de population								
Résultat attendu : Au moins sept des secteurs mettant en œuvre des interventions sensibles à la nutrition ont intégré la nutrition dans leur politique et disposent d'objectifs nutritionnels opérationnels concourant à l'amélioration du statut nutritionnel des différents groupes de population								
A23 :Organiser un atelier d'élaboration d'instruments programmatiques communs et d'une feuille de route (guide, matrices...) pour servir à l'intégration dans chaque secteur des objectifs nutritionnels	3 000 000		1				STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A24 :Organiser un atelier de réflexion sur la définition des objectifs nutritionnels pouvant être intégrés dans chaque secteur clé	3 000 000		1				STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A25 :Organiser des ateliers annuels de planification d'activités conjointes de nutrition avec les secteurs clés	12 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A26 :Tenir des rencontres semestrielles de suivi commun des activités impactant la nutrition pour les secteurs clé concernés	17 000 000		2	2	2	2	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A27 :Concevoir et diffuser un bulletin électronique trimestriel portant sur les actions	2 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
menées par les secteurs clés et entrant dans le cadre d'objectifs nutritionnels								Autres secteurs
A28 :Concevoir et distribuer des supports de Plaidoyer(1000 dépliants,500affiches,1000 plaquettes) pour la prise en compte de la nutrition dans les secteurs clés	3 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A29 :Créer un logo et une mascotte (Nutrichou) de la nutrition pour identifier toutes les productions et activités menées dans le domaine	500 000			1			STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A30 :Créer et animer un site Web de la sécurité alimentaire et nutritionnelle	25 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
<u>Objectif spécifique 4</u>								
Sensibiliser 80 % des décideurs régionaux et locaux ciblés, ainsi que les parties prenantes de la lutte contre la malnutrition sur les enjeux de la Politique nationale multisectorielle de nutrition et les activités à mener dans le cadre du Plan stratégique multisectoriel de nutrition.								
résultat attendu : Les autorités administratives régionales et les élus locaux sont sensibilisés sur la nutrition et s'engagent à inscrire des lignes budgétaires dans les plans communaux et régionaux de développement								
A31 :Doter chaque région de 1000 dépliants sur les différentes dimensions interférant sur la nutrition et la nécessité de financer localement des activités spécifiques dans ce domaine	10 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A32 :Organiser des séances de dissémination de la PNMN et du PSMN et de sensibilisation	18 200 000		4	4	3	2	STAN	DN RESEAUX SUN

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
sur la nutrition avec les Gouverneurs (13), Hauts Commissaires Provinciaux (45), Préfets (300)								PTF Autres secteurs
A33 :Organiser des séances de dissémination de la PNMN et de sensibilisation sur la nutrition avec les Présidents des Conseils Régionaux et les Conseils Municipaux des 300 communes concernées	45 000 000		4	4	3	2	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A34 :Organiser une rencontre de plaidoyer avec l'Association des municipalités du Burkina	2 500 000			1			STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A35 :Organiser des séances de sensibilisation sur le caractère multidimensionnel et l'importance de la nutrition dans les réunions des Conseils Régionaux et Conseils Municipaux	PM		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A36 :Réaliser des reportages sur des communes allouant des budgets à des activités diverses pour l'amélioration du statut nutritionnel des populations	12 000 000						STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A37 :Récompenser lors d'une cérémonie les meilleures communes allouant des budgets à des activités diverses pour l'amélioration du statut nutritionnel des populations	45 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
SOUS TOTAL 3						198 200 000		
Domaine 3 : mobilisation de ressources								

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
<i>Orientation stratégique 4 : Mobilisation de ressources auprès de l'Etat, des PTF et des donateurs ;</i>								
<u>Objectif spécifique 5</u>								
Sensibiliser 75% des donateurs et Partenaires techniques et financiers ciblés sur le soutien à apporter à la mise en œuvre du Plan stratégique multisectoriel de Nutrition et à la stratégie de Plaidoyer, Communication pour le changement social et de Comportement et mobilisation sociale qui l'accompagne.								
Résultats attendus : -au moins 75% des PTF et décideurs sont informés et sont favorables au contenu et à la mise en œuvre de la PNMN et du PSMN -une augmentation de 10 % des financements extérieurs dirigés vers la nutrition est obtenue auprès des PTF.								
A38 :Concevoir un répertoire des partenaires : coopérations multilatérales, bilatérales ; opérateurs du secteur privé, fondations, ONGs internationales intervenant financièrement et/ou techniquement dans la thématique de la nutrition au Burkina Faso	PM		1				STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A39 :Réaliser un inventaire des apports financiers de chaque partenaire	PM		1				STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A40 :Identifier les partenaires potentiels non encore impliqués dans les activités en faveur de la nutrition y compris les PTF non présents sur le territoire	PM		1				STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
A41 :Organiser un atelier de conception d'un contenu de messages à adresser aux différentes catégories de décideurs et PTF	3 000 000		1				STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A42 :Elaborer et distribuer des supports de plaidoyer nécessaires (Diaporamas, 2000 plaquettes, 2000 dépliants, 50 kakemonos, ...)	10 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A43 :Organiser une table ronde des PTF sur le financement de la nutrition	70 000 000		1				STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A44 :Diffuser à travers le site Web SUN les argumentaires en faveur du financement des activités nutrition à l'endroit des PTF non présents au Burkina Faso	0	1	1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A45 :Organiser des visites de sites d'intervention nutritionnelle à l'intention des PTF spécialisés dans l'appui au secteur de la sécurité alimentaire et au secteur de la sécurité nutritionnelle	6 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A46 :Documenter des bonnes pratiques nutritionnelles sous forme de plaquette et d'éléments audio et vidéo ,diffusion sur le site Web	3 400 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A47 :Organiser des points de presse sur la PNMN et le PSMN avec les média	10 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
								Autres secteurs
A48 :Editer et distribuer 5 000 plaquettes illustrées sur la PNMN le PSMN et les différentes parties prenantes (version française et anglaise)	9 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A49 :Réaliser et diffuser un documentaire sur la lutte contre la malnutrition au Burkina Faso	17 500 000		1				STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A50 :Organiser une journée porte ouverte annuelle sur la revue des réalisations avec stand d'exposition de toutes directions ou structure associative mettant en œuvre des interventions sensibles ou spécifique à la nutrition	12 500 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A51 :Editer et distribuer aux PTF et décideurs nationaux, régionaux et locaux 1000 calendrier porteur des thématiques de la sécurité alimentaire et de la sécurité nutritionnelle	8 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A52 : Organiser un Téléthon (soirée de collecte de fonds) pour mobiliser des ressources en faveurs des activités de promotion de la nutrition	40 000 000		1	1	1	1	STAN	DN, DCPM, DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
<u>Objectif spécifique 6</u>								

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
Informer et sensibiliser 80 % des acteurs du secteur privé ciblés, en particulier les opérateurs concernés par la nutrition (agro – industries, commerçants, etc...) sur la mise en œuvre de la Politique Nationale multisectorielle de Nutrition et le Plan Stratégique Multisectoriel de Nutrition.								
Résultat attendu :au moins 80% des acteurs du secteur privé ciblés sont informés et sont favorables au contenu et à la mise en œuvre de la PNMN et du PSMN								
A53 :Réaliser un inventaire des grands opérateurs économiques du secteur privé (agro- alimentaires et grandes sociétés, autres secteurs)	PM		1				STAN/MCIA	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A54 :Identifier et promouvoir auprès du secteur privé les marchés potentiellement importants en matière de production d'aliments thérapeutiques ou enrichis	PM		1				MCIA/STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A55 :Elaborer et distribuer 1000 argumentaires et supports spécifiques pour le secteur privé	3 500 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A56 :Organiser des séminaires avec les responsables et membres ciblés de la Chambre de Commerce et d'industrie au niveau national et au niveau des régions	11 500 000		2	2	1	1	MCIA/STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A57 :Organiser des expositions, des foires annuelles	12 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A58 :Organiser une rencontre/séminaire annuel avec les organisations professionnelles	8 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
								Autres secteurs
A59 :Appuyer le Réseau du secteur privé pour la nutrition pour un Plaidoyer auprès des chefs d'entreprises pour la création d'un environnement propice à l'allaitement maternel dans le milieu du travail et pour le sponsoring des récompense pour le maintien des filles à l'école	2 500 000				1		STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
SOUS TOTAL 4		226 900 000						
Domaine 4 : mobilisation sociale								
<i>Orientation stratégique 5: Renforcement du soutien à l'approche communautaire dans les activités de communication pour la prévention de la malnutrition auprès des cibles primaires grâce à l'élaboration d'un programme dans les radios locales</i>								
<u>Objectif spécifique 7</u>								
Susciter l'engagement de 50 % des différentes catégories de leaders ciblés (leaders religieux, leaders communautaires et associatifs) et les différents réseaux (RESONUT, Réseau des Journalistes, des parlementaires, du secteur privé, des chercheurs, des donateurs, des Nations Unies pour la nutrition) pour la promotion de la nutrition.								
Résultats attendus :								
<ul style="list-style-type: none"> - Les leaders religieux et coutumiers au niveau national, régional et local, appuient des actions pouvant améliorer la situation nutritionnelle de la population ; - Les différents réseaux pour la nutrition (RESONUT, Réseau des Journalistes, des parlementaires, du secteur privé, des chercheurs, des donateurs, des Nations Unies) mènent des actions de Plaidoyer auprès des décideurs et des actions de mobilisation sociale auprès de la population pour l'amener à améliorer ses comportements alimentaires et nutritionnels. - Les leaders associatifs et communautaires soutiennent la nutrition en menant des actions de mobilisation sociale et en incitant, chacun à son niveau et dans sa zone d'influence, les décideurs à prendre des décisions techniques et budgétaires en faveur des interventions nutritionnelles et la population à adopter des comportements favorables à la réduction de l 								

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
A60 :Organiser des audiences/rencontres de plaidoyer avec les leaders coutumiers et religieux au BF	2 000 000	1	1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A61 :Concevoir et diffuser avec les leaders coutumier et religieux un guide argumentaire en faveur de la nutrition s'appuyant sur les textes sacrés	48 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A62 :Identifier et renforcer les capacités des leaders associatifs et communautaires les plus engagés au niveau national comme au niveau régional sur les concepts de nutrition	16 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
SOUS TOTAL 5						66 000 000		
Domaine 5 : renforcement de capacités, recherche et conception de supports								
<i>Orientation stratégique 6 : Renforcement de capacités en communication pour la nutrition de l'ensemble des acteurs et parties prenantes et réalisation d'un programme de recherche en communication pour la nutrition</i>								
<u>Objectif spécifique 8</u>								
Mobiliser au moins cent professionnels des médias par an pour qu'ils mènent des actions de sensibilisation auprès de la population pour l'amener à améliorer ses comportements alimentaires et nutritionnels.								
Résultat attendu : Les professionnels des médias (journalistes, producteurs, animateurs...) produisent et diffusent des articles, dossiers, débats, témoignages de nature à influencer la population à adopter des comportements favorables à l'amélioration de leur situation nutritionnelle.								

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
A63 :Organiser des sessions de formation des acteurs des média sur la nutrition	16 000 000		1	1	1	1	DN, STAN /MS	
A64 : Institutionnaliser un prix du meilleur journaliste en nutrition avec 3 composantes (radio, TV, presse en ligne/écrite)	18 000 000		1	1	1	1	DCPM, STAN, DN	
SOUS TOTAL 6		34 000 000						
<i>Orientation stratégique 7 : Conception et production d'un ensemble de supports de Plaidoyer scripto -audiovisuels performants et de supports de mobilisation sociale et de CCSC adaptés aux différents contextes</i>								
<u>Objectif spécifique 9</u>								
Sensibiliser 75 % de la population burkinabè sur l'importance de la nutrition et les bonnes pratiques alimentaires et nutritionnelles en général, et spécifiquement sur l'alimentation des nourrissons, du jeune enfant, des adolescents, des femmes enceintes et des femmes allaitantes.								
Résultats : <ul style="list-style-type: none"> - 60 % de la population ont les connaissances nécessaires pour améliorer leurs comportements alimentaires ; - 50 % de la population adoptent de meilleurs comportements alimentaires et d'hygiène alimentaire. 								
A65 :Réaliser et diffuser sur 4 chaines un documentaire TV de 13 minutes présentant l'ensemble de la problématique de la nutrition	12 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A66 : Réalisation et diffuser sur 5 chaines des documentaires TV de 6 minutes sur chacun des secteurs influant sur l'équilibre nutritionnel de la population (éducation, agriculture, élevage, etc...)	22 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A67 :Réaliser et diffuser une série d'émissions (15 en radio et 3 en télé par an) pour	28 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
démontrer l'importance de la nutrition dans la vie								PTF Autres secteurs
A68 :Organiser des débats TV et radio(2 en télé et 5 en radio par an) sur les causes multidimensionnelles de la malnutrition	8 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A69 :Réaliser des clips sur la nutrition avec les « champions de la nutrition » déjà identifiés	20 500 000			1			STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A70 :Organiser des caravanes régionales sur la nutrition avec les « champions de la nutrition	25 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A71 :Produire et installer des grands panneaux sur la nutrition et ses différentes dimensions	15 500 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A72 :Elaborer et distribuer des messages ayant trait à la nutrition sur les cahiers des écoliers	50 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A73 :Réaliser et diffuser des microprogrammes de sensibilisation sur l'utilisation de moustiquaires imprégnées d'insecticide, Chimio prévention saisonnière (CPS) du paludisme des enfants de 3-59 mois, lutte contre les maladies infectieuses évitable par la vaccination (PEV	50 000 000		1	1	1	1	DN/STAN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
chez les enfants et la femme enceinte), prévention de la transmission mère/enfant du VIH (PTME) et santé et nutrition des								
A74 :Organiser des rencontres semestrielles de sensibilisation des importateurs/grossistes sel	9 000 000		2	2	2	2	MCIA/STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A75 :Organiser des journées de sensibilisation sur les carences en micronutriments	12 000 000		1	1	1	1	DN/STAN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A76 :Organiser un voyage d'échanges au Ghana auprès des producteurs de sel iodé pour améliorer la qualité du sel importé	2 050 000				1		DN STAN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A77 :Réaliser et diffuser 6 spots TV et radio sur l'enrichissement des aliments.	22 000 000		1	1	1	1	DN STAN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A78 : Réaliser et diffuser 10 microprogrammes TV et radio en plusieurs langues sur les thématiques ANJE (mise au sein précoce, Allaitement Exclusif, Aliment de complément dès 6 mois etc	160 000 000		1	1	1	1	DN STAN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A79 : Institutionnaliser une journée annuelle de la Nutrition	10 000 000		1	1	1	1	STAN DN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
A80 :Organiser des séances de vulgarisation de l'arrêté d'application du Code international de commercialisation des substituts du lait maternel auprès des professionnels de santé, du secteur privé agroalimentaire et du grand public	122 909 640		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A81 :Réaliser et diffuser des spots radio et télé pour vulgariser l'arrêté d'application du Code international de commercialisation des substituts du lait maternel	15 000 000		1	1	1	1	STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A82 :Organiser des séances de dissémination et de vulgarisation du cahier des charges portant obligation de respect des normes en matière d'hygiène alimentaire auprès des acteurs de la restauration commerciale	23 000 000		1	1	1	1	DN STAN	Services d'hygiène des mairies RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A83 :Organiser des séances de vulgarisation du guide de bonnes pratiques d'hygiène en restauration collective pour les cantines scolaires et restaurants universitaires	17 000 000		1	1	1	1	DN STAN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A84 :Organiser des séances de vulgarisation du guide de bonnes pratiques de production de la spiruline et de la poudre de feuilles de moringa oleifera	13 000 000		1	1	1	1	DN STAN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A85 :Organiser la Semaine Mondiale de l'Allaitement	57 294 000		1	1	1	1	DN STAN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A86 :Confectionner 30 000 posters sur les troubles dus à la carence en iode	45 000 000		1	1	1	1	DN STAN	RESEAUX SUN PTF

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
								Autres secteurs
A87 :Confectionner 30 000 posters sur la fortification des aliments en vitamine A et de la farine de blé en fer + acide folique	45 000 000		1	1	1	1	DN STAN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A88 :Réaliser et diffuser sur 4 chaines un documentaire sur les carences en micronutriments (vitamine A, fer, iode)	20 000 000		1	1	1	1	DN STAN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A89 :Réaliser des émissions télé et radio en langues nationales sur les carences en micronutriments	9 000 000		1	1	1	1	DN STAN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A90 :Reproduire et distribuer 30000 exemplaires de guides diététiques de prévention des MNT liées à la nutrition	45 000 000						DN STAN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A91 :Organiser des campagnes de sensibilisation des acteurs du monde rural sur les bonnes pratiques alimentaires/ nutritionnelles	32 000 000		1	1	1	1	DN STAN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A92 :Concevoir et reproduire 100 000 posters et 100 000 dépliants sur les MNT liées à la nutrition	250 000 000		1	1	1	1	DN STAN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A93 :Concevoir et diffuser des capsules télé et radios sur la prévention des MNT liées à la nutrition	45 000 000		1	1	1	1	DN STAN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A94 :Elaborer et diffuser 10 000 affiches en français sur la conservation, l'utilisation des huiles alimentaires	20 000 000		1	1	1	1	DN STAN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
A95 :Elaborer et diffuser des capsules vidéo en français, mooré, dioula et fulfuldé sur conservation utilisation des huiles alimentaires	40 000 000		1	1	1	1	DN STAN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A96 :Elaborer et diffuser de 5000 affiches en français sur conservation des aliments dans les enceintes réfrigérées	11 050 000		1	1	1	1	DN STAN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A97 :Elaborer et diffuser dans les DRAAH et OP 2000 boîtes à images sur la prévention des mycotoxines dans les produits agricoles	41 000 000		1	1	1	1	DGPER /MAAH STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A98 :Réaliser 130 émissions radio sur la sécurité sanitaire des aliments	10 000 000		1	1	1	1	DN STAN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A99 :Organiser des ateliers de sensibilisation des organisations de consommateurs des 13 régions du Burkina Faso sur les concepts de la sécurité sanitaire des aliments	39 000 000		4	3	3	3	DN STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A100 :Sensibiliser et former 200 importateurs et distributeurs de denrées alimentaires sur les bonnes pratiques d'importation, de manutention et de conservation des denrées alimentaires.	16 000 000		1	1	1	1	MCIA STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A101 :Organiser des ateliers de formation de 600 acteurs de l'alimentation de rue sur les bonnes pratiques d'hygiène, de préparation et de vente des aliments	24 000 000		1	1	1	1	DN STAN	Services d'hygiène des mairies DN RESEAUX SUN PTF

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
								Autres secteurs
A102 :Organiser des sessions de sensibilisation autour des AGR au profit des Associations de Mères Educatrices (AME)	46 000 000		1	1	1	1	MENAPLN STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A103 :Concevoir et distribuer de posters, boîte à images, BD, dépliants sur les bonnes pratiques alimentaires et nutritionnelles à 50 % des écoles	56 000 000		1	1	1	1	MENAPLN STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A104 :Former 50% des enseignants/encadreurs en activités de santé-hygiène-nutrition dans les écoles	587 000 000						MENAPLN STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A105 :Concevoir et distribuer des boîtes à images pour la sensibilisation sur les bonnes pratiques en matière d'hygiène /assainissement et de nutrition à 50% des structures éducatives	25 000 000		1	1	1	1	MENAPLN MEA STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A106 :Organisation de séances de sensibilisation sur le maintien des filles à l'école	60 000 000		1	1	1	1	MENAPLN STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A107 :Organiser des sessions sensibilisation de la communauté éducative à l'utilisation des dispositifs de lave-mains Tippy Tap dans les écoles	PM		1	1	1	1	MENAPLN MEA STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
A108 :Organiser une campagne de sensibilisation dans les écoles pour l'adoption de bonnes pratiques nutritionnelles.	35 000 000		1	1	1	1	MENAPLN DN STAN	RESEaux SUN PTF Autres secteurs
A109 :Organiser des sessions de vulgarisation des bonnes pratiques alimentaires et nutritionnelles au profit des groupements de producteurs et transformateurs	51 750 000		1	1	1	1	DTAN /MAARH STAN	DN RESEaux SUN PTF Autres secteurs
A110 :Organiser des sessions de sensibilisation de 200 agents d'encadrement agricole sur « les 5 clefs pour cultiver des fruits et des légumes plus sûrs » de l'OMS	15 000 000		1	1	1	1	DTAN /MAAH STAN	DN RESEaux SUN PTF Autres secteurs
A111 :Organiser la Journée Mondiale de l'Alimentation	48 000 000		1	1	1	1	MAAH STAN	DN RESEaux SUN PTF Autres secteurs
A112 :Élaborer un support pédagogique flipchart, d'une vidéo et de deux microprogrammes radio sur les bonnes pratiques d'hygiène, de fabrication et de restauration	20 000 000		1	1	1	1	DN STAN	Services d'hygiène RESEaux SUN PTF Autres secteurs
A113 :Produire et diffuser des microprogrammes radio et télé sur la consommation des aliments et des mets locaux à haute valeur nutritive	25 000 000		1	1	1	1	DTAN /MAAH STAN	DN RESEaux SUN PTF Autres secteurs
A114 :Organiser des séances de sensibilisation dans chaque commune des femmes pour la mise en place de périmètres maraîchers et	10 000 000		1	1	1	1	DTAN /MAAH STAN	DN RESEaux SUN PTF Autres secteurs

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
jardins potagers familiaux pour la diversification de l'alimentation familiale								
A115 :Former 200 agents d'encadrement agricole sur l'utilisation de la boîte à images sur les mesures de prévention de la contamination des produits agricoles par les mycotoxines	15 000 000		1	1	1	1	DTAN /MAAH STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A116 :Concevoir, produire et distribuer 10 000 livrets et CD-Rom de recettes des mets à haute valeur nutritive	20 000 000		1	1	1	1	MAAH STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A117 :Concevoir et diffuser 4 émissions radios sur l'aviculture, l'apiculture	9 600 000		1	1	1	1	MRAH STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A118 :Réaliser et diffuser des émissions de sensibilisation des ménages sur l'hygiène et l'assainissent.	300 000 000		1	1	1	1	MEA STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A119 :Organiser la journée mondiale des toilettes avec couverture média	45 258 000		1	1	1	1	MEA STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A120 :Organiser 4 « sanithons »	160 000 000		1	1	1	1	MEA STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A121 :Organiser des camps vacance de Sensibilisation sur la cuisine à base de PFNL	18 000 000		1	1	1	1	MEEVCC STAN	DN RESEAUX SUN

Activités	Coût	Quantité par année					Responsables	Collaborateurs
		2020	2021	2022	2023	2024		
								PTF Autres secteurs
A122 :Réaliser et diffuser 10 émissions (français, mooré, dioula, fulfuldé) sur les PFNL et aliments locaux riches en micronutriments	10 000 000		1	1	1	1	MEEVCC STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A123 :Conception et diffuser 10 000 affiches, plaquettes, dépliants sur les valeurs nutritionnelles des aliments PFNL	16 000 000		1	1	1	1	MEEVCC STAN	DN RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
A124 :Reproduire et diffuser les supports de communication sur l'ANJE (25 000 boîtes à image, 5 000 aides mémoires pratique ANJE, 5 000 cartes conseil ANJE, 400 supports audiovisuels) en prenant en compte les nouvelles recommandations de l'OMS sur l'ANJE	45 000 000		1	1	1	1	DN STAN	RESEAUX SUN PTF Autres secteurs
SOUS TOTAL 7								3 019 911 640
TOTAL GENERAL								3 692 511 640

III.3. Messages clés

Les messages clés à élaborer doivent être fonction des différentes cibles identifiées au plan national, régional, local. Le choix des supports, canaux pour la diffusion des messages doit être également fonction de la disponibilité du support/canal, de son coût et de son accessibilité.

Toutefois quelques pistes peuvent être fournies en préalable à cette activité.

Quelques idées de contenus de messages clés

Cibles	Comportements à promouvoir	Messages clés	Canaux	Supports
CIBLES PRIMAIRES				
Les femmes en âge de procréer en général ;	<p>Consomment des aliments nutritifs et diversifiés</p> <p>Fréquentent les services de SSR</p> <p>Espacent les naissances</p> <p>Adoptent les bonnes pratiques d'hygiène et d'assainissement</p>	<p>Femmes en âge de procréer, consommons des aliments sains, nutritifs et variés pour nous assurer une bonne santé</p> <p>Diversifier son alimentation, c'est assurer une bonne santé et prévenir la malnutrition</p> <p>L'hygiène alimentaire est importante pour se prémunir contre de nombreuses maladies dont la malnutrition</p> <p>Le lavage des mains et des aliments, un geste simple qui protège contre les maladies</p> <p>La nourriture doit être conservée dans des récipients bien couverts, à l'abri des insectes et des rongeurs ou dans des enceintes réfrigérées.</p> <p>Femmes en âge de procréer, l'espacement des naissances vous permet de mieux les nourrir et de préparer leur avenir</p> <p>Femmes en âge de procréer, fréquenter les services de SSRAJ pour votre santé et pour toute information relative à la SSR.</p>	<p>Institutionnel</p> <p>Causeries dans les CSPS –CPN</p> <p>Causeries dans les groupements</p> <p>Causeries avec les ASBC</p> <p>Médias</p> <p>Socio-traditionnel</p>	<p>Boites à images</p> <p>Flipcharts</p> <p>Affiches</p> <p>Microprogrammes spot</p> <p>Feuilleton</p> <p>Témoignages</p> <p>Cérémonies</p> <p>Causeries au marché aux points d'eau, aux lieux de culte</p>
Les femmes enceintes ;	<p>Fréquentent et accouchent dans les structures sanitaires</p> <p>Adoptent un régime alimentaire renforcé et diversifié</p> <p>Prennent des micronutriments (fer/acide folique, ...)</p> <p>Observent le traitement intermittent pendant la grossesse (TPIg) et utilisent les MILDA</p>	<p>Toute grossesse doit toujours être suivie et surveillée dans une formation sanitaire pour le bien-être de la mère et de l'enfant</p> <p>La femme enceinte doit avoir une alimentation équilibrée, saine, suffisante et régulière.</p> <p>Une alimentation non diversifiée, insuffisante et /ou malsaine pendant la grossesse peut causer de graves problèmes de santé à la mère, au fœtus ou aux deux.</p>	<p>Institutionnel</p> <p>Causeries dans les CSPS –CPN</p> <p>Causeries dans les groupements</p> <p>Causeries avec les ASBC</p> <p>Causerie lors des CPN</p>	<p>Boites à images</p> <p>Flipcharts</p> <p>Affiches</p> <p>Microprogrammes spot</p> <p>Feuilleton</p> <p>Témoignages</p> <p>Cérémonies</p>

	<p>Abandonnent les tabous alimentaires</p> <p>Respecter le suivi prénatal et les conseils nutritionnels prodigués</p> <p>Adoptent les bonnes pratiques d'hygiène et d'assainissement</p> <p>Consomment des aliments nutritifs et diversifiés</p>	<p>Femme enceinte, la prise quotidienne du fer /acide folique vous protège de l'anémie et permet d'éviter des malformations à la naissance</p> <p>Femme enceinte, accoucher dans une structure sanitaire vous assure une meilleure prise en charge. Se faire assister par un agent de santé pendant l'accouchement est primordial pour prévenir toute complication éventuelle</p> <p>L'accouchement dans une structure sanitaire garantit une plus grande chance de survie au nouveau-né.</p> <p>Femme enceinte, adopter une bonne hygiène de vie c'est protéger sa vie et celle de son fœtus</p> <p>Femme enceinte, suivre le traitement du paludisme et dormir sous les MILDA vous protège contre le paludisme</p>	<p>Causerie dans les GASPA</p> <p>Médias</p> <p>Socio-traditionnel</p>	<p>Causeries au marché aux points d'eau, aux lieux de culte</p> <p>Microprogrammes spot</p> <p>Feuilleton</p> <p>Témoignages</p> <p>Cérémonies</p> <p>Causeries au marché aux points d'eau, aux lieux de culte</p>
<p>Les femmes allaitantes d'enfants de moins de 6 mois ;</p>	<p>Observent la mise au sein précoce</p> <p>Donnent le colostrum au bébé</p> <p>Pratiquent l'allaitement exclusif jusqu'à 6 mois</p> <p>Abandon des pratiques traditionnelles néfastes</p> <p>Prise des micronutriments</p> <p>Fréquentation des centres de santé pour les CPoN /PMI</p> <p>Vaccinent les enfants</p> <p>Adoptent les bonnes pratiques d'hygiène et d'assainissement</p>	<p>Le bébé doit être mis au sein immédiatement après la naissance</p> <p>Alimentation complémentaire de la mère (hors de repas ordinaire ; repas supplémentaire)</p> <p>Nourrir chaque fois le bébé au sein à la demande (au mois 12 fois) garantit sa bonne croissance</p> <p>Le premier lait ou colostrum c'est le vaccin le plus puissant contre les maladies des jeunes enfants</p> <p>Le lait maternel suffit à satisfaire tous les besoins de l'enfant jusqu'à 6 mois.</p>	<p>Institutionnel</p> <p>Causerie lors des CPoN</p> <p>Canal CIP</p> <p>Causeries dans les GASPA</p> <p>Canal Médias</p> <p>Socio-traditionnel :</p>	<p>Boîtes à images</p> <p>Flipcharts</p> <p>Affiches</p> <p>Microprogrammes</p> <p>Témoignages</p> <p>Théâtre forum</p>

	<p>Consomment des aliments nutritifs et diversifiés</p> <p>Surveillent la croissance de l'enfant au CSPS et avec les ASBC</p>	<p>Le lait maternel, la seule source d'eau et d'aliments dont les nourrissons ont besoin pendant leurs six premiers mois de vie</p> <p>La mère pendant tout le temps où elle allaite régulièrement et exclusivement son enfant assure sa santé et celle de son enfant</p> <p>La fréquentation des structures de santé pour les trois consultations post natales est indispensable pour le contrôle l'état de santé de la mère et du bébé</p> <p>Donner de l'eau ou d'autres liquides au nourrisson de moins de six(06) mois peut avoir des conséquences néfastes sa santé</p> <p>Les nourrissons souffrant de diarrhée doivent être allaités davantage</p> <p>Femme allaitante, le respect des règles d'hygiène (lavage des mains) pendant l'allaitement préservent les enfants des maladies diarrhéiques</p>		
<p>Les mères d'enfants de 6 à 23 mois ;</p>	<p>Introduisent des aliments de compléments (bouillies...)</p> <p>Poursuivent l'allaitement jusqu'à 24 mois</p> <p>Utilisent les méthodes modernes d'espacement des naissances</p> <p>Surveillent la croissance de l'enfant au CSPS et avec les ASBC</p> <p>Pratiquent un petit élevage ou maraîchage</p> <p>Adoptent les bonnes pratiques d'hygiène et d'assainissement</p>	<p>A partir de 6 mois, en plus du lait maternel il faut introduire progressivement dans l'alimentation du nourrisson des compléments comme des bouillies, des purées pour assurer sa bonne croissance ...</p> <p>Sevrer son enfant, c'est introduire progressivement de petites quantités de bouillies de céréales enrichies puis d'aliments écrasés sous forme de purée (légume, viande, fruit) en plus du lait maternel.</p>	<p>Institutionnel</p> <p>CIP dans les CSPS</p> <p>Démonstrations culinaires</p> <p>Socio-traditionnel</p> <p>Causeries dans les groupements et GASPA</p> <p>Causeries dans les APE, dans les marchés</p> <p>Théâtre forum</p>	<p>Boîtes à images</p> <p>Affiches</p> <p>Microprogrammes radios locales</p> <p>Débats radio</p>

	<p>Consomment des aliments nutritifs et diversifiés</p> <p>Donnent des poudres de micronutriments (MNP) aux enfants</p> <p>Accès au cash transfert conditionnel ou inconditionnel</p>	<p>Respecter les bonnes pratiques d'hygiène alimentaire est essentiel pour protéger l'enfant des maladies diarrhéiques pendant cette période critique de sa vie.</p> <p>Surveillent la croissance de l'enfant au CSPS et avec les ASBC permet de mieux prendre soins de lui</p> <p>Pour l'épanouissement de ma famille et le bien-être de mes enfants, j'utilise une méthode contraceptive moderne</p> <p>L'utilisation régulière des pots pour la défécation des enfants et le lavage des mains protègent des maladies diarrhéiques</p>	Canal médias	Spot
<p>Les mères d'enfants de 24 à 59 mois</p>	<p>Fréquentent les services de santé</p> <p>Consomment des aliments diversifiés (enfants et mères)</p> <p>Utilisent des moustiquaires imprégnées</p> <p>Adoptent les bonnes pratiques d'hygiène et d'assainissement</p> <p>Surveillent la croissance de l'enfant au CSPS et avec les ASBC</p>	<p>Les jeunes enfants doivent être présentés régulièrement dans les structures de santé pour suivre leur croissance, faire le dépistage de la malnutrition et les déparasitages, obtenir les vaccinations et les traitements préventifs du paludisme etc...Les enfants et adolescents en pleine croissance ont besoin d'aliments de construction et d'une alimentation diversifiée contenant beaucoup de calories</p>		
<p>Les adolescentes</p>	<p>Prendent des micronutriments (fer/acide folique, ...)</p> <p>Relaient l'information nutritionnelle dans la communauté</p> <p>Consomment des aliments nutritifs et diversifiés</p> <p>Fréquentent les services de SSRAJ</p>	<p>Adolescentes, fréquenter les services de SSRAJ est important pour vous protéger contre les maladies sexuellement transmissibles et les grossesses indésirées</p>		

	Adoptent les bonnes pratiques d'hygiène et d'assainissement			
LES CIBLES SECONDAIRES				
Les hommes en général, les maris	<p>Soutiennent leurs femmes pour la fréquentation des services de santé</p> <p>Soutiennent les femmes à la bonne pratique de l'ANJE</p> <p>Apportent des aliments diversifiés et à bonne valeur nutritive au foyer</p> <p>Participent aux séances d'information et de sensibilisation sur la nutrition, l'hygiène, l'assainissement etc.</p> <p>Communiquent avec les pairs sur les bonnes pratiques alimentaires et nutritionnelles</p>	<p>Homme, votre rôle est déterminant dans la mise en œuvre des comportements favorables à la santé pour le bien-être de la famille.</p> <p>Homme, le lait maternel est un aliment complet, en soutenant vos femmes à pratiquer l'allaitement exclusif, vous réduisez vos dépenses et vous préservez la santé de votre enfant.</p> <p>Parents, unissons nos forces pour le bien-être de nos enfants</p> <p>Hommes, pour un meilleur suivi des grossesses et un bon développement du fœtus et de l'enfant après la naissance, encouragez et donnez à vos épouses tous les moyens pour fréquenter les centres de santé.</p>	<p>CIP</p> <p>Causeries par les vulgarisateurs de l'agriculture /élevage</p> <p>Causeries dans les APE</p> <p>Ecole des Maris</p> <p>Canal Médias</p>	<p>Flipcharts</p> <p>Boîtes à images</p> <p>Débats radio et TV</p> <p>Microprogrammes</p> <p>Témoignages</p>
Les personnes âgées de l'entourage (belle-mère, beau-père, grands-mères, tantes,)	<p>Abandonnent les pratiques traditionnelles néfastes à la nutrition</p> <p>Abandonnent les pratiques sur l'accouchement à domicile</p> <p>Conseillent et soutiennent les jeunes mères et jeunes couples pour la pratique de bons comportements nutritionnels</p> <p>Soutiennent les mères pour la fréquentation des services de santé</p>	<p>Les grands-mères, les belles mères ont une grande part de responsabilité parce que les maris comptent sur elles pour venir en aide aux jeunes mères. Elles doivent donc donner de bons conseils pour la pratique de bons comportements nutritionnels.</p> <p>Grands-mères, les belles mères, les pratiques alimentaires ont évolué. Abandonnons les pratiques néfastes comme le don de l'eau, des tisanes aux enfants de moins de six (06) mois pour les prémunir des maladies</p> <p>Les belles-mères et grands-mères doivent encourager les jeunes femmes et mères à fréquenter les structures de santé lorsqu'elles sont enceintes,</p>	<p>Canal CIP</p> <p>Visites à domicile</p> <p>Sketchs théâtre</p> <p>Socio-traditionnel</p> <p>Causeries dans les groupements</p> <p>Canal Médias</p>	<p>Boîtes à image</p> <p>Microprogrammes</p> <p>Témoignages</p>

	Soutiennent les mères à la bonne pratique de l'ANJE	lorsqu'elles doivent accoucher et après l'accouchement		
Les tradipraticiens	Orientent les cas suspects de malnutrition vers les centres de santé Transmettent des messages favorables à la nutrition des nourrissons, des jeunes enfants, des femmes enceintes, des femmes allaitantes	Tradipraticiens, orientez les cas suspects de malnutrition vers les centres de santé pour une meilleure prise en charge Tradipraticiens, contribuez à la lutte contre la malnutrition en transmettant à vos patients des messages favorables à la nutrition des nourrissons, des jeunes enfants, des femmes enceintes, des femmes allaitantes		
Les hommes et femmes de médias	Produisent et diffusent des émissions sur toutes les thématiques autour de la nutrition en direction de la population en général Plaident pour que les autorités et les PTF améliorent leurs financements en faveur de la nutrition Couvrent les activités de mobilisation sociale au niveau national et régional	Les productions journalistiques mettent en lumière des sujets de société comme la nutrition et de ce fait peuvent inciter les décideurs à apporter des solutions aux problèmes existants Les médias jouent un rôle important dans la sensibilisation des populations. En diffusant les bonnes pratiques, ils contribuent à lutter contre la malnutrition.	Canal Institutionnel CIP Atelier Canal Médias	Modules de formation Débats radio et TV Emissions
Les élèves et étudiants	Adoptent de bons comportements d'hygiène de vie et d'hygiène alimentaire Relaient l'information nutritionnelle dans la communauté	La malnutrition empêche les enfants de bien se développer physiquement et intellectuellement. La consommation des aliments non couverts expose à des maladies. Il faut toujours consommer des aliments bien couverts pour préserver sa santé.		
Les enseignants et	Développent des thématiques sur la nutrition pendant les cours d'instruction civique	Il est important pour la santé de se laver régulièrement les mains au savon aux moments		

moniteurs/monitrices du pré scolaire	Organisent de causeries avec les élèves sur la nutrition Initient et animent de jardins scolaires Encouragent les bonnes pratiques de WASH et d'ANJE	critiques (avant de manger, après avoir utilisé les toilettes, etc) Déféquer et uriner sur le plancher et aux alentours des latrines provoquent la propagation des vers intestinaux et autres microbes, la prolifération des mouches qui peuvent transmettre des maladies diarrhéiques.		
Les restaurateurs et restauratrices	Adoptent les bonnes pratiques d'hygiène alimentaire, de vie et d'assainissement dans les lieux de restauration collective et dans les unités de transformation	La consommation des aliments non couverts expose à des maladies. Il faut toujours protéger les aliments et tenir son environnement propre	Institutionnel Canal CIP Causeries dans les GASPA Canal Médias	Boîtes à images Flipcharts Affiches Microprogrammes Témoignages Théâtre forum
Les cuisinières des cantines scolaires et universitaires				
Les transformateurs/transformatrices des produits locaux				
Les relais communautaires (ASBC, OBC, CVD, etc.)	Contribuent à la promotion des bonnes pratiques alimentaires et nutritionnelles	Les relais communautaires jouent un rôle important dans la sensibilisation des populations. En vulgarisant les bonnes pratiques, ils contribuent à lutter contre la malnutrition Les GASPA sont des occasions d'apprentissage des bonnes pratiques alimentaires, encourageons la participation active des femmes.	Socio-traditionnel :	
Les agents de santé /nutritionnistes	Réservent un bon accueil lors des prestations de services de nutrition	Les agents de santé sont en contact permanent avec les femmes, toutes les opportunités sont à saisir pour prodiguer les bons conseils nutritionnels pour le bien-être des enfants et de leur famille		

	Prodiguent des conseils nutritionnels	Un bon accueil réservé aux femmes les encourage à fréquenter les formations sanitaires et à utiliser les services de nutrition		
LES CIBLES TERTIAIRES				
Les leaders coutumiers et religieux, associations et ONGs	Facilitent l'organisation des activités de mobilisation sociale / nutrition Encouragent l'intégration des thématiques sur la nutrition dans les prêches, sermons... Promeuvent les bons comportements en nutrition auprès de leurs groupes ou audiences respectives Soutiennent la mise en œuvre d'activités de sensibilisation et de dépistage à la base avec des groupes ciblés	<p>Une bonne nutrition est le gage d'une bonne santé et l'indispensable pilier d'un développement durable. Sensibilisons davantage les femmes à utiliser les services de nutrition afin de réduire la malnutrition</p> <p>Un mauvais statut nutritionnel a des conséquences multiples sur le développement physique, et intellectuel d'une personne</p> <p>La malnutrition prive le pays de l'apport d'un grand nombre d'actifs. Invitons les populations à adopter de bons comportements alimentaires et nutritionnels</p> <p>Les leaders religieux disposent d'une grande crédibilité et d'une influence indéniable. Pour un bon statut nutritionnel de la population, mettez votre notoriété et votre pouvoir au service des actions en faveur de la nutrition</p> <p>Pour promouvoir les bons comportements en matière de nutrition et pour inciter les élus locaux à allouer des fonds aux activités en faveur de la nutrition, responsables d'ONG et d'associations de femmes, de jeunes, de producteurs etc...mobilisez-vous.</p>	<p>Canal institutionnel Canal CIP Visites à domicile Sketchs théâtre</p> <p>Socio-traditionnel Causeries dans les groupements</p> <p>Canal Médias</p>	<p>Boîtes à image</p> <p>Microprogrammes Témoignages</p>

<p>Les autorités administratives et politiques</p>	<p>Prennent des décisions pour l'intégration des activités à impact nutritionnel dans les autres secteurs mettant en œuvre des interventions sensibles à la nutrition Intègrent des activités ayant un impact nutritionnel dans les PCD/PRD Inscrivent des lignes budgétaires pour les activités à impact nutritionnel dans le budget communal et des secteurs sensibles à la nutrition Relaient les décisions et orientations gouvernementales sur la nutrition Facilitent les actions de mobilisation sociale Soutiennent le mécanisme de suivi évaluation des interventions nutritionnelles</p>	<p>La nutrition est un levier de Développement Economique et Social. Autorités administratives et politiques, soutenons l'intégration des activités ayant un impact nutritionnel dans les PCD/PRD</p> <p>Autorités administratives et politiques, la complémentarité, et l'intégration des interventions sectorielles à impact nutritionnel sont nécessaires pour atteindre un meilleur statut nutritionnel de la population. Prenez des décisions en faveur de la nutrition</p> <p>Une bonne nutrition est le gage d'une bonne santé, pilier d'une croissance socio-économique durable d'un pays. Autorités administratives, investissons davantage dans la nutrition.</p> <p>Les produits locaux judicieusement transformés et consommés peuvent contribuer à satisfaire les besoins nutritionnels, à créer de la richesse et réduire les dépenses d'importation.</p> <p>Les conséquences de la malnutrition sont irréversibles. Investir dans la prévention de la malnutrition coûte moins cher que la prendre en charge</p> <p>Les enfants souffrant de retard de croissance au Burkina Faso sont plus susceptibles d'abandonner</p>	<p>Institutionnel : Ateliers Séminaires Visites de sites Canal médias</p>	<p>Diaporamas Powerpoint Plaquettes, dépliant Reportage Débat Spot Microprogramme</p>
--	--	--	---	--

		<p>l'école.²⁵Autorités administratives et politiques, engagez-vous davantage pour la promotion de la bonne nutrition.</p> <p>Au Burkina Faso, selon EICVM 2009 ,51,7% des adultes ont souffert d'un retard de croissance étant enfant. Ceci représente plus de 4 743 580 de personnes en âge de travailler qui n'ont pas été en mesure d'atteindre leur potentiel réel.</p> <p>Chaque fois que l'on investit 500 Francs CFA pour des actions de réduction de la malnutrition on fait gagner 30 fois plus à l'économie du pays soit 15 000 Francs CFA</p> <p>La malnutrition chronique peut faire perdre de 2 à 3 % de PIB (Produit Intérieur Brut) par an</p> <p>L'allocation d'un budget toujours croissant aux activités de nutrition est un moyen de traduire la pérennité de cet engagement.</p> <p>Pour améliorer la santé des populations les plus vulnérables que sont les femmes et les enfants, soutenons la politique de nutrition</p> <p>Investir dans la nutrition c'est renforcer le capital humain</p> <p>Parlementaires, vous avez un grand rôle à jouer dans le vote des lois ; vos plaidoyers auprès du</p>		
--	--	---	--	--

²⁵ En se basant sur les informations de l'Enquête intégrale sur les Conditions de vie des ménages (EICVM) 2009, on estime que le niveau de scolarisation moyen atteint pour une personne ayant souffert de retard de croissance est inférieur de 0,32 an par rapport à une personne n'ayant jamais souffert de sous-nutrition

		Gouvernement et des organisations internationales contribueront à une bonne promotion de la nutrition.		
Les PTF	<p>Accordent davantage de financement pour la nutrition</p> <p>Appuient le secteur de la santé pour les stratégies de prise en charge (ANJE –PCIMA- prévention etc...)</p> <p>Appuient les secteurs mettant en œuvre des interventions sensibles à la nutrition</p>	<p>Les autorités Burkinabès consentent de gros efforts pour lutter contre la malnutrition, cependant les ressources financières sont insuffisantes. Votre contribution est déterminante pour améliorer encore les indicateurs sanitaires en matière de nutrition.</p> <p>Le Burkina Faso est un pays victime tantôt de sécheresse, d'inondations, d'invasions acridiennes, tantôt de terrorisme. Un enfant sur quatre y souffre encore de malnutrition ; il est donc nécessaire de renforcer encore les actions surtout dans les régions à forte prévalence pour atteindre les ODD en matière de nutrition,</p> <p>Les 1000 premiers jours de l'enfant, de sa conception à l'âge de deux ans, sont une période critique. Investissez davantage pour prévenir la malnutrition chronique à cette période.</p>	<p>Canaux :</p> <p>Institutionnel</p> <p>CIP</p> <p>TIC –Internet</p> <p>Canal médias</p>	<p>Rencontres en face à face</p> <p>Petits déjeuners</p> <p>Plaquettes, dépliants,</p> <p>Kakémonos</p> <p>Site Web et Page Facebook</p> <p>Documents de stratégies</p> <p>Plans d'action</p> <p>Reportage</p> <p>Débat</p> <p>Dossiers de presse</p>

III.4. Mécanisme de mise en œuvre

Une fois validée et adoptée, la stratégie nationale de plaidoyer et de communication en faveur de la nutrition sera disséminée à travers les cadres de concertations en lien avec la nutrition. Au-delà de ces cadres, la stratégie sera également mise à la disposition de l'ensemble des acteurs du niveau central et du niveau déconcentré ainsi que de tous les acteurs concernés à tous les niveaux. La dissémination sera active afin de permettre aux acteurs de comprendre la logique de multisectorialité, d'intégration et d'appropriation qui sous-tend la conception et la mise en œuvre la stratégie nationale de plaidoyer et de communication en faveur de la nutrition.

La mise en œuvre de cette stratégie implique une programmation des différentes étapes et la détermination des actions. Compte tenu de la diversité des acteurs, la mise en place d'un cadre organisationnel et de suivi-évaluation s'impose.

III. 4. 1. Organe de pilotage de la stratégie

Le STAN sera la structure nationale de pilotage de toutes les actions de mise en œuvre de la présente stratégie. Elle est logée au sein du Ministère de la Santé qui est un des acteurs majeurs de la coordination multisectorielle de la nutrition.

III. 4.2. Organe de coordination

La coordination des activités de la présente stratégie sera assurée par le STAN en collaboration avec tous les secteurs qui ont des interventions sensibles ou spécifiques à la nutrition.

Dans le cadre de la mise en œuvre des activités sur le terrain, l'équipe de coordination et ses collaborateurs devront s'appuyer sur les hommes de média, les leaders religieux, les autorités politiques et administratives, les membres des ONG et associations. Elle sera chargée :

- de suivre et de coordonner la mise en œuvre de la stratégie ;
- d'assurer en relation avec les structures opérationnelles des autres ministères, l'élaboration des projets de plans annuels de mise en œuvre de la stratégie ;
- de gérer les relations avec les PTF ;
- d'élaborer le rapport de suivi-évaluation ;
- de suivre la mise en œuvre des décisions, orientations et recommandations sur la stratégie.

III.4.3. Cadre programmatique

En matière de programmation, la stratégie s'inscrit dans la perspective de la mise en œuvre du plan stratégique multisectoriel de nutrition (PSMN) sur la période 2020-2024. Pour son opérationnalisation,

des plans de travail annuels seront élaborés et des chronogrammes d'activités bien établis. L'élaboration de tous ces documents de référence se fera suivant un processus participatif impliquant l'ensemble de tous les intervenants.

Le Plan d'action opérationnel (PAO) doit définir les activités et les résultats opérationnels, les indicateurs de suivi et d'évaluation, le chronogramme, les besoins et les moyens de sa mise en œuvre, ainsi que de façon précise, le rôle de chaque structure dans le processus de mise en œuvre.

III.4.4. Acteurs de la mise en œuvre

La mise en œuvre de cette stratégie requiert la contribution des acteurs concernés à travers un partenariat dynamique. Il s'agit essentiellement des acteurs étatiques (Ministère de la santé, autres ministères et les collectivités territoriales), des acteurs issus des ONG et Associations, des leaders coutumiers et religieux ainsi que des partenaires techniques et financiers.

- Les acteurs étatiques

Le caractère multisectoriel de la nutrition recommande l'implication de plusieurs ministères dans la mise en œuvre de cette stratégie. A travers les différents ministères, ces pouvoirs publics jouent un rôle de régulation, d'orientation, de coordination et d'exécution des activités en lien avec la nutrition. La contribution des collectivités territoriales est également importante pour réussir la mise en œuvre de cette stratégie à travers l'intégration de la nutrition dans leurs plans locaux de développement. Ces collectivités seront actrices dans les actions d'intervention directe.

- Les organisations de la société civile et le secteur privé

Pour opérationnaliser la stratégie de communication, l'apport des organisations de la société civile (OSC) et du secteur privé sera un atout majeur. A cet effet, elles seront sollicitées pour la mise en œuvre des actions sur le terrain.

- Les responsables coutumiers et religieux

Garants des valeurs sociales, coutumières, culturelles et religieuses, ils sont des leaders au sein des différentes communautés ; pour ce faire, ils seront les cibles du plaidoyer et des rencontres d'information sur les thèmes concernés.

- Les partenaires techniques et financiers

La mise en œuvre de la stratégie nécessite l'appui technique et financier des partenaires au développement.

III.5. Suivi-Evaluation

Le suivi-évaluation se fera à tous les niveaux de l'exécution des actions et il concernera non seulement les performances quantitatives et qualitatives, mais aussi la gestion des données.

Le dispositif du suivi et d'évaluation de la mise en œuvre du présent plan va s'insérer dans celui du plan intégré de suivi évaluation du plan stratégique multisectoriel de nutrition 2020-2024. Cependant, dans l'optique de permettre un suivi spécifique de la stratégie nationale de plaidoyer et de communication, chaque unité de suivi évaluation des secteurs sensible et spécifique sera chargé de :

-coordonner le suivi et l'évaluation de la mise en œuvre des programmes de nutrition dont la stratégie nationale de plaidoyer et communication en faveur de la nutrition pour le changement social et de comportement ;

-Tenir les réunions bilan de la mise en œuvre des activités (trimestrielle);

-Assurer le suivi de la mise en œuvre des activités à travers le monitoring, la supervision des activités ;

-Assurer la collecte des données concernant les activités de plaidoyer et communication.

A la fin de la stratégie au premier plan, une évaluation externe sera commanditée et elle permettra d'analyser l'impact général et la durabilité des résultats.

III.5.1. Suivi

Le suivi se fera par un rapportage périodique de la mise en œuvre des activités par les parties prenantes (STAN, DN, Autres ministères, ONG/Associations, etc.). Il permettra d'apprécier la mise en œuvre du plan et d'y apporter au besoin, des corrections. Il se fera à tous les niveaux de mise en œuvre de la stratégie et permettra de : (i) s'assurer que la stratégie est exécutée comme prévu et (ii) détecter les écarts éventuels, (iii) vérifier les difficultés rencontrées afin de fournir des ajustements nécessaires.

De façon opérationnelle, il se fera à travers les rencontres, les supervisions, la collecte de données à différents niveaux et l'élaboration de rapports trimestriels.

Le Plan opérationnel de la présente stratégie de Plaidoyer et de Communication en faveur de la nutrition dont les indicateurs de suivi seront dans le plan de suivi évaluation, vont servir pour l'évaluation finale.

III.5.2. Evaluation

La mesure des changements de comportements adoptés par les différents groupes cibles de population exposés aux actions de CCSC sera longue et complexe et ne pourra intervenir pour l'impact réel qu'à l'issue des interventions. Par contre, sur le long chemin du changement de comportement il sera possible de mesurer les acquis aux différentes étapes de la connaissance, des attitudes et des comportements réels (adoptent le comportement souhaité). Cette mesure nécessitera de réaliser des enquêtes à l'aide d'échelles d'attitude auprès des personnes ciblées et exposées aux actions de plaidoyer, de mobilisation sociale et de CCSC. C'est lors de la mise en œuvre du Plan Stratégique Multisectoriel Nutrition que l'on pourra mesurer l'implication et l'engagement réel dans l'action de tous les acteurs concernés par le plaidoyer et les modifications apportées dans les comportements alimentaires, l'hygiène et assainissement, la fréquentation des services etc...

Au niveau déconcentré, le suivi et l'évaluation se fera à travers les structures déconcentrées des secteurs sensibles. Une évaluation à mi-parcours et une évaluation finale seront faites sur la base des indicateurs de performance renseignés à partir d'enquêtes terrain et de rapports d'activités.

Le dispositif du suivi et d'évaluation de la mise en œuvre du présent plan va s'insérer dans celui du plan intégré de suivi évaluation du plan multisectoriel de nutrition 2020-2024.

CONCLUSION

Le présent document de stratégie fournit, sur la base de l'analyse situationnelle, le cadre logique des interventions, délimite les domaines stratégiques, précise les objectifs tant généraux que spécifiques et les résultats attendus des différentes activités qui seront programmées. Il passe en revue les cibles, les comportements que l'on attend d'elles et les canaux qui vont être utilisés pour délivrer à chaque type de cibles des messages et des argumentaires spécifiques. La réussite de sa mise en œuvre nécessite l'engagement de tous les acteurs.

Annexe

Schéma : Profil des acteurs intervenant au niveau des ménages

