



***Stratégie de communication  
pour la promotion de  
l'allaitement maternel exclusif  
2015-2016***





# Sommaire

- Introduction
- Processus
- Cadre Conceptuel
- Analyse de la situation
- **Éléments constitutifs de la stratégie de communication**



## Introduction

- Au Sénégal, la mortalité infanto-juvénile (0 à 5 ans) est de 54 pour mille et la mortalité néonatale (0 – 28 jours) de 33 pour mille.
- Près de 1/4 des décès d'enfants interviennent pendant le 1<sup>er</sup> mois de la vie, et deux tiers d'entre eux au cours des sept premiers jours;
- La DSRSE avec la Cellule de Lutte contre la Malnutrition et une plateforme multisectorielle sont chargées l'exécution de la Politique d'Alimentation du Nourrisson et du Jeune Enfant (ANJE);
- La promotion de l'allaitement maternel exclusif (AME) figure parmi les stratégies identifiées pour réduire la mortalité, infanto-juvénile;
- Les pratiques optimales d'AME se sont révélées efficaces pour un développement harmonieux de l'enfant et la préservation de sa santé et sa survie;
- Constat d'une tendance à la baisse de la pratique de l'AME au Sénégal depuis quelques années:
- Ce plan de communication ambitionne de poser les jalons pour un environnement favorable à la pratique de l'AME.



## Processus Développement du plan de communication

- Une concertation autour du SNEIPS et de la DSRSE ayant abouti à un consensus sur un chronogramme
- Recherche qualitative sur l'AME
- Inventaire documentaire sur l'AME avec focus sur les recherches socio comportementales
- Elaboration d'une grille d'exploitation
- Synthèse des documents de recherche sur l'AME
- Tenue d'un atelier de (pour les éléments constitutifs du plan de communication)
- Elaboration du plan de communication
- Validation du plan de communication



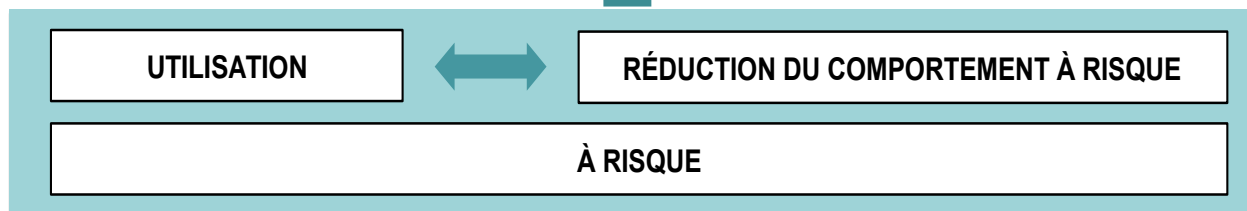
# Cadre Conceptuel

## PerForm

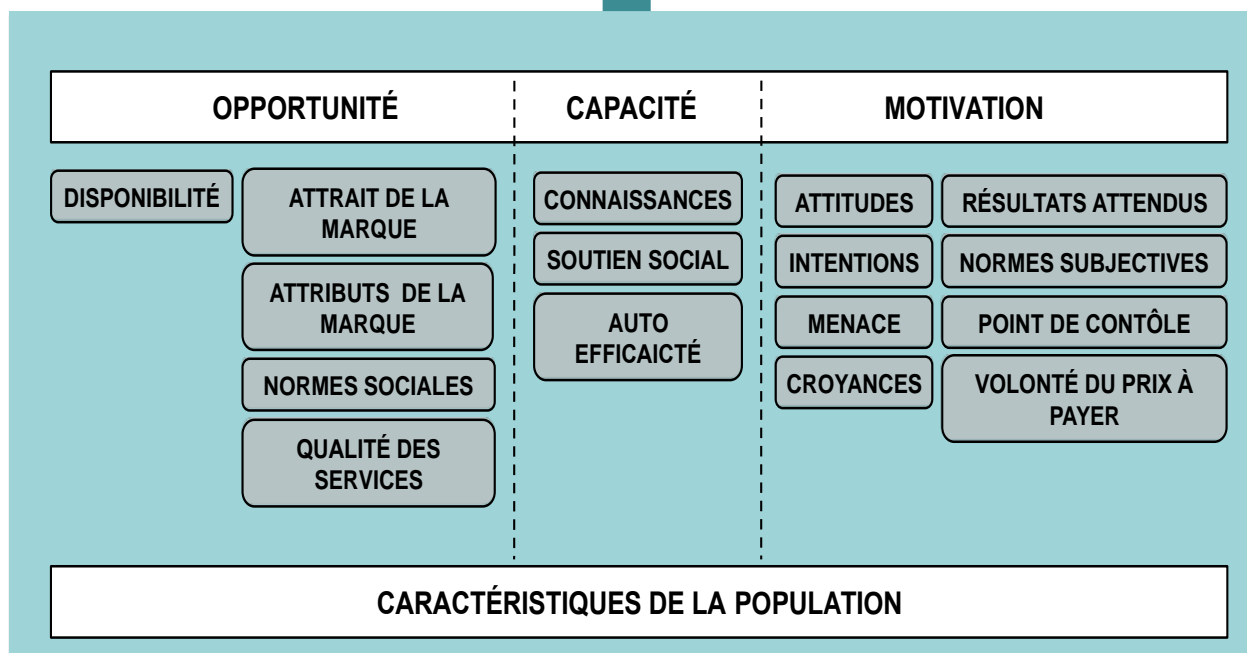
BUT



OBJECTIF



RÉSULTATS



ACTIVIÉS





## Cadre Conceptuel

### *DELTA* *Processus de* *planification CCC*

Le développement d'une stratégie CCC selon l'approche DELTA repose sur **l'analyse de la situation sur la base des données de recherche**. Elle permet:

- **l'identification de priorités stratégiques** qui vont orienter les interventions CCC ;
- **la segmentation des groupes cibles** afin de dégager le ou les groupes cibles tactiques qui seront le focus de la communication;
- **La stratégie de positionnement** qui permet de faire ressortir les principaux bénéfices qui devront inspirer les exécutions;
- **La formulation des objectifs de communication** sur la base des déterminants clés retenus du cadre conceptuel PerForm;
- **la formulation des messages clés;**
- **Le choix des canaux et supports les plus pertinents ;**
- **la définition de l'approche d'intervention.**



# Analyse de la Situation

## Introduction

- Comprendre le contexte épidémiologique, les acteurs clés, les pratiques actuelles, les principaux obstacles et bénéfices perçus et réels par rapport aux comportements désirés.;
- Identifier les opportunités et les défis liés à la promotion de l'AME pour dégager les priorités stratégiques
- **Démarche :**
  1. Etude Recherche de déterminants Socioculturels chez les mères allaitantes d'enfants de 0-6 mois. ADEMAs, juin 2015
  2. Exploitation recherches (principaux documents)
    - Stratégie pour le changement social et de comportement sur l'alimentation du nourrisson et du jeune enfant, MSAS 2015
    - Revue Etudes CAP sur la nutrition et ses Supports de communication avec le soutien de /NESA, Novembre 2011
    - Croyances, perceptions et pratiques en matière d'allaitement maternel dans le département de Kédougou, UNICEF,
    - - EDS continue 2012-2013 & 2014



## Analyse de la Situation

### *Allaitement au Sénégal*

- L'allaitement maternel est une pratique ancrée dans les mœurs au Sénégal;
  - Presque 100 % des enfants de moins de six mois sont allaités
  - à 12-15 mois, 97 % d'enfants sont encore au sein
  - à 20-23 mois, 47 % le sont encore
- Cependant, l'allaitement exclusif n'est pas une pratique courante:

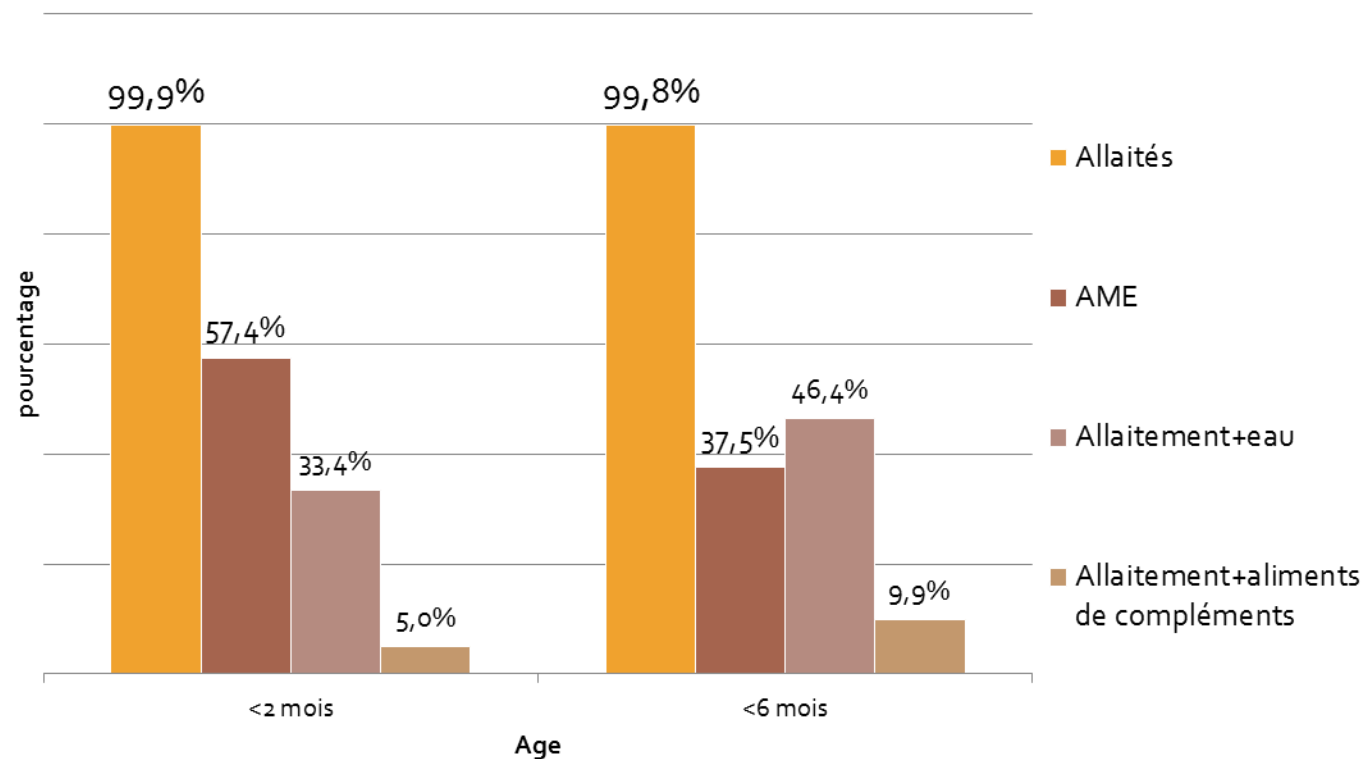




## Analyse de la Situation

### Pratiques actuelles de l'AME

- Seuls 38 % sont sous allaitement exclusif (4 enfants sur 10)
- 62 % des enfants reçoivent d'autres liquides ou solides en plus du lait maternel, principalement de l'eau (46 %).



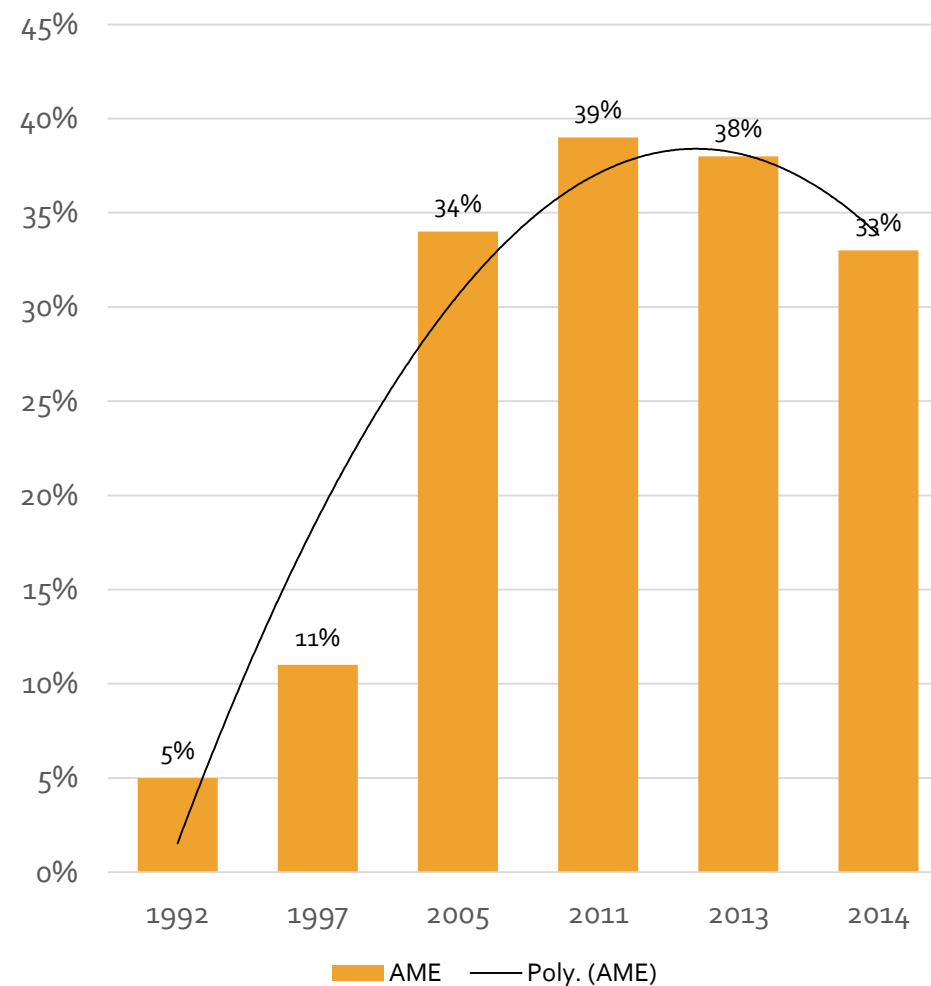


## Analyse de la Situation

### Évolution AME et mise au sein précoce

- La pratique de l'AME s'est néanmoins améliorée au cours du temps :
  - 5 % en 1992,
  - 11 % en 1997,
  - 34 % en 2005
  - 39 % en 2011.
  - 38 % en 2013
  - **33 % en 2014**
- En 2011, la mise au sein précoce était de 48%.

Evolution de la pratique AME





## Analyse de la Situation

### *Connaissances – Attitudes et Pratiques (niveau individuel)*

- 80% des mères connaissent la valeur nutritionnelle du lait maternel
- 70,6% des mères connaissent les avantages du Colostrum. Les mamans pensent que le colostrum permettrait d'expulser les «liquides nocifs» que le nouveau-né a pu ingurgiter lors de l'accouchement
- La plupart des mères font la relation entre certaines maladies infantiles et le défaut d'allaitement maternel (la malnutrition ; le rachitisme, la diarrhée...)
- L'introduction de l'eau avant six mois est due à plusieurs raisons : le manque de lait, les pleurs du bébé, la chaleur et l'état de santé de la mère.
- La plupart des mères trouvent la durée (6 mois) trop longue et estiment que son application à la longue les épuise.
- Le temps: les charges domestiques de la femme ne favorisent pas l'AME, du fait notamment de ses occupations champêtres, le petit commerce etc.



## Analyse de la Situation

### *Connaissances – Attitudes et Pratiques (niveau socio culturel & Structurel)*

- Les grand-mères connaissent les avantages du lait maternel, mais trouvent que l'allaitement maternel simple seul ne suffit pas, il faut l'associer à d'autres compléments alimentaires
- La plupart des grand-mères ont entendu parler de l'AME, mais ne le connaissent pas bien et le comme étant une nouveauté
- Certaines grand-mères considèrent toujours ce premier lait comme impropre à la consommation.
- Les prestataires de santé ont reçu une formation sur l'AME et connaissent ses bienfaits, son utilité pour la mère et le bébé
- Après la naissance, l'allaitement est généralement différé pour le bain de l'enfant et de la mère et permettre à la mère de récupérer
- Les mères obtiennent des informations sur l'AME principalement au niveau des structures de santé durant leurs visites de CPN.



## Analyse de la Situation

## Opportunités

- **L'allaitement au sein est une norme sociale bien ancrée**
- **Importance accordée au colostrum par les mères**
- **Connaissances des avantages de l'AME par les mères**
  
- **Forte implication de l'entourage familial (grand mères- tantes);**
- **Valorisation de l'allaitement par la communauté ;**
- **Forte croyance selon laquelle le lait maternel rend intelligent ;**
- **Existence d'une diversité de média au niveau national et local;**
  
- **Promotion continue de l'AME par les prestataires**
- **Accouchement au niveau des structures de santé qui favorise la mise au sein précoce**
- **Bonne connaissance des avantages de l'AME par les prestataires**
- **Existence d'un réseau d'acteurs communautaires en faveur de l'AME**



## Analyse de la Situation

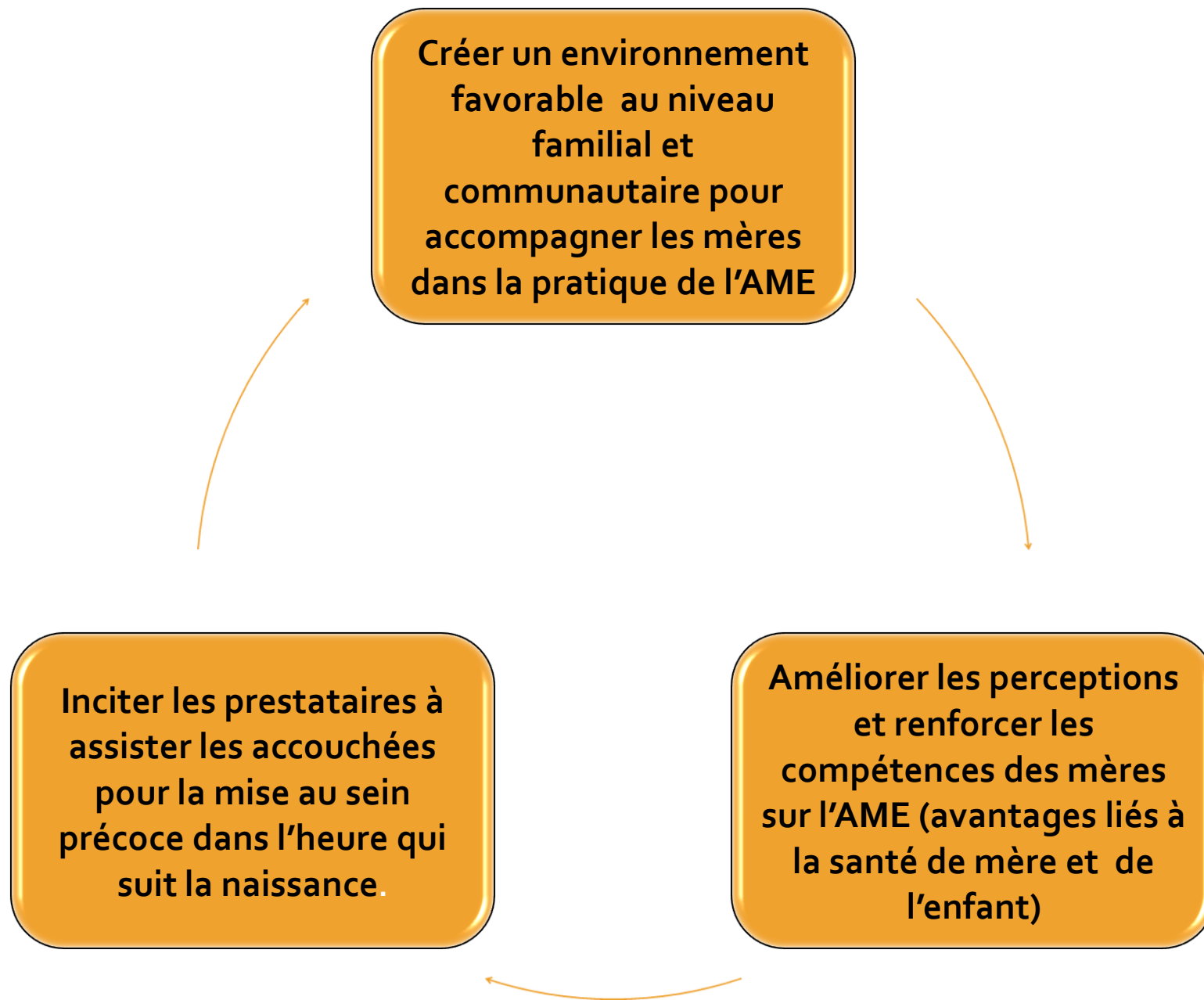
### *Contraintes*

- Faible soutien de l'environnement pour la pratique de l'AME
- La femme du fait de la surcharge de travail n'a pas assez de temps pour respecter l'AME
- Les femmes ont une faible capacité de décision
- Non maîtrise de la période de l'AME
- Les grand-mères ne connaissent pas l'AME et ses bienfaits
- Les maris ont une faible connaissance de l'AME
- La mise au sein précoce est conditionnée par la disponibilité du *Tokhantal*
- Les accouchements à domicile ne militent pas en faveur du respect des normes d'AME
- **insuffisance du suivi et d'évaluation des politiques de promotion de l'AME**



# Éléments constitutifs de la stratégie de communication


## Priorités stratégiques



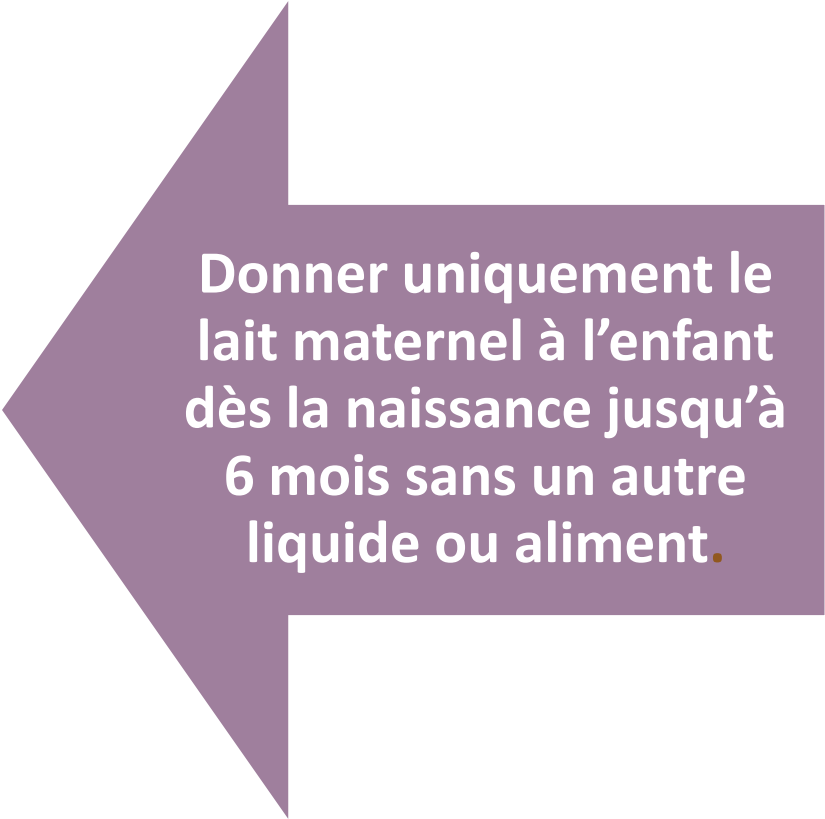


## Éléments constitutifs de la stratégie de communication

### *Comportements promus*



Mettre l'enfant au sein  
dans l'heure qui suit la  
naissance en lui faisant  
bénéficier du premier  
lait appelé colostrum



Donner uniquement le  
lait maternel à l'enfant  
dès la naissance jusqu'à  
6 mois sans un autre  
liquide ou aliment.





# Éléments constitutifs de la stratégie de communication

## *Segmentation groupes cibles*

Cibles stratégiques		Cibles tactiques
Primaire FAR (femmes 15-49 ans)	Femmes enceintes âgées de 20- 39ans	<ul style="list-style-type: none"><li>• Femme enceinte âgées de 20 – 39 ans au 3<sup>ème</sup> tiers de sa 2<sup>ème</sup> grossesse</li><li>• n'ayant pas pratiqué l'AME jusqu'au 6<sup>ème</sup> mois</li><li>• dont l'enfant n'a pas bénéficié de la mise au sein précoce</li><li>• vivant en milieu périurbain- rural</li></ul>
Secondaire	Grand-mères	<ul style="list-style-type: none"><li>• Les grand-mères d'enfants âgés de 0 à 6 mois</li></ul>
GM- Maris Prestataires	Prestataires	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sage- femmes, Infirmiers, matrones évoluant dans les services de SMNI</li></ul>



## Éléments constitutifs de la stratégie de communication

## Argumentaire sur la Segmentation groupes cibles

Cible tactique	Rationnel
Femmes enceintes 20-39 et femmes mères d'enfants de 0-6mois	<ul style="list-style-type: none"><li>Femmes enceintes et femmes mères d'enfants de 0-6mois font partie du segment Femmes en Age de Reproduction la campagne parlera à toutes les FAR</li><li>Femmes enceintes de 20- 39ans Tranche d'âge où les femmes de taux de fécondité 82% (le plus important) Source EDS Continue 2013-2014</li><li>57% des mères d'enfants de 0 à 6 mois ne respectent l'AME que pendant deux mois</li></ul>
Les grand- mères d'enfants âgés de 0 à 6 mois	Les belles-mères sont très présentes dans la gestion de la période péri néonatale. Elles ont une influence décisive concernant la prise en charge globale du bébé et son allaitement en particulier, dans le contexte sénégalais les grand mères considèrent avoir un droit sur l'enfant qui est un bien commun, elles sont les principales prescriptrices de l'introduction de l'eau dans l'alimentation du bébé et ont des croyances très ancrées par rapport à cet apport en eau .
Infirmiers, sage-femme, et matrones servant dans les services de SMNI	77 % des femmes accouchent dans les structures de santé, la mise en sein précoce fait partie du paquet de soins à délivrer au nouveau né cependant pour des contraintes organisationnelles, elle est faiblement pratiquée, Le cibles ont été choisies en rapport avec le circuit de soins que suivent les femmes dans la période périnatale,



## Éléments constitutifs de la stratégie de communication

### *Profil du groupe cible primaire*

Ndeye Fatou est une femme de 22 ans, mariée et mère d'un enfant de 2 ans. Elle vit avec sa belle-mère et son mari Modou ; est un agriculteur très ouvert et qui soutient beaucoup sa femme. Elle est enceinte de huit mois de son deuxième enfant. Elle vit en milieu rural et a un niveau d'études primaire (CM2). A la naissance de son premier enfant, Ndeye Fatou n'avait pas pu mettre précocement son enfant au sein du fait de la disponibilité tardive du «*toxantal*». Elle avait essayé de pratiquer l'AME puis avait abandonné après 2 mois, Elle reconnaît les bienfaits de l'AME mais a éprouvé des difficultés à l'appliquer jusqu'au bout. Avec sa charge de travail quotidienne et la pression de sa belle famille, elle avait donné de l'eau à son enfant. Ndeye Fatou est une femme soumise, qui écoute et applique les conseils de sa belle-mère. Elle fréquente assidument les structures de santé pour effectuer ses CPN. Elle est très préoccupée par la santé de son enfant mais aussi est soucieuse de plaire à sa belle famille et particulièrement sa belle-mère. Elle estime que si elle avait le soutien de sa belle-mère, elle aurait pu pratiquer l'AME jusqu'à terme.



## Éléments constitutifs de la stratégie de communication

*Profil du groupe cible*

*Ndeye Fatou  
Mère d'enfant 0-6  
mois*

**Responsable  
Affectueuse**





## Éléments constitutifs de la stratégie de communication

### *Profil du groupe cible secondaire*

Mame Coumba est une grand-mère de 60 ans habitant au village de Pekesse. Elle est sans instruction. Elle vit avec ses enfants, ses belles filles et ses petits-enfants. Malgré son âge assez avancé elle est coquette. Elle porte de jolis boubous. Elle est très attachée à ses valeurs familiales et aux traditions. Comme son mari est décédé depuis longtemps, elle joue pleinement le rôle de chef de famille. Elle est très respectée. D'ailleurs, elle est consultée sur toutes les décisions de la famille. Son influence s'étant au-delà de sa famille. Mame Coumba est une grand-mère très impliquée dans la prise en charge de ses petits-enfants notamment dans l'allaitement des nourrissons où elle donne des recommandations et des conseils. Ses conseils sont souvent en rapport avec la tradition et en contradiction avec les directives de l'AME. Elle souhaiterait que ses petits enfants suivent les mêmes procédures de socialisation que ses enfants. Grand-mère Coumba a beaucoup d'amis avec qui elle échange sur les problèmes de la vie en général et de la santé. Elle consacre son temps libre à écouter la radio qui constitue l'une de ses principales sources d'information. Sa principale crainte c'est de voir ses belles filles ne pas appliquer les principes et valeurs traditionnelles. Elle est adorée par ses petits enfant parce qu'elle leur raconte de belles histoires sur Leuk le lièvre. Elle s'adonne à un petit commerce devant le portail de sa maison. Avec l'argent envoyé par ses fils qui ont migré vers l'extérieur, elle arrive s'acquitter tant bien que mal de la dépense quotidienne.





Éléments  
constitutifs de la  
stratégie de  
communication

*Profil du groupe  
cible*

*Mame Coumba*



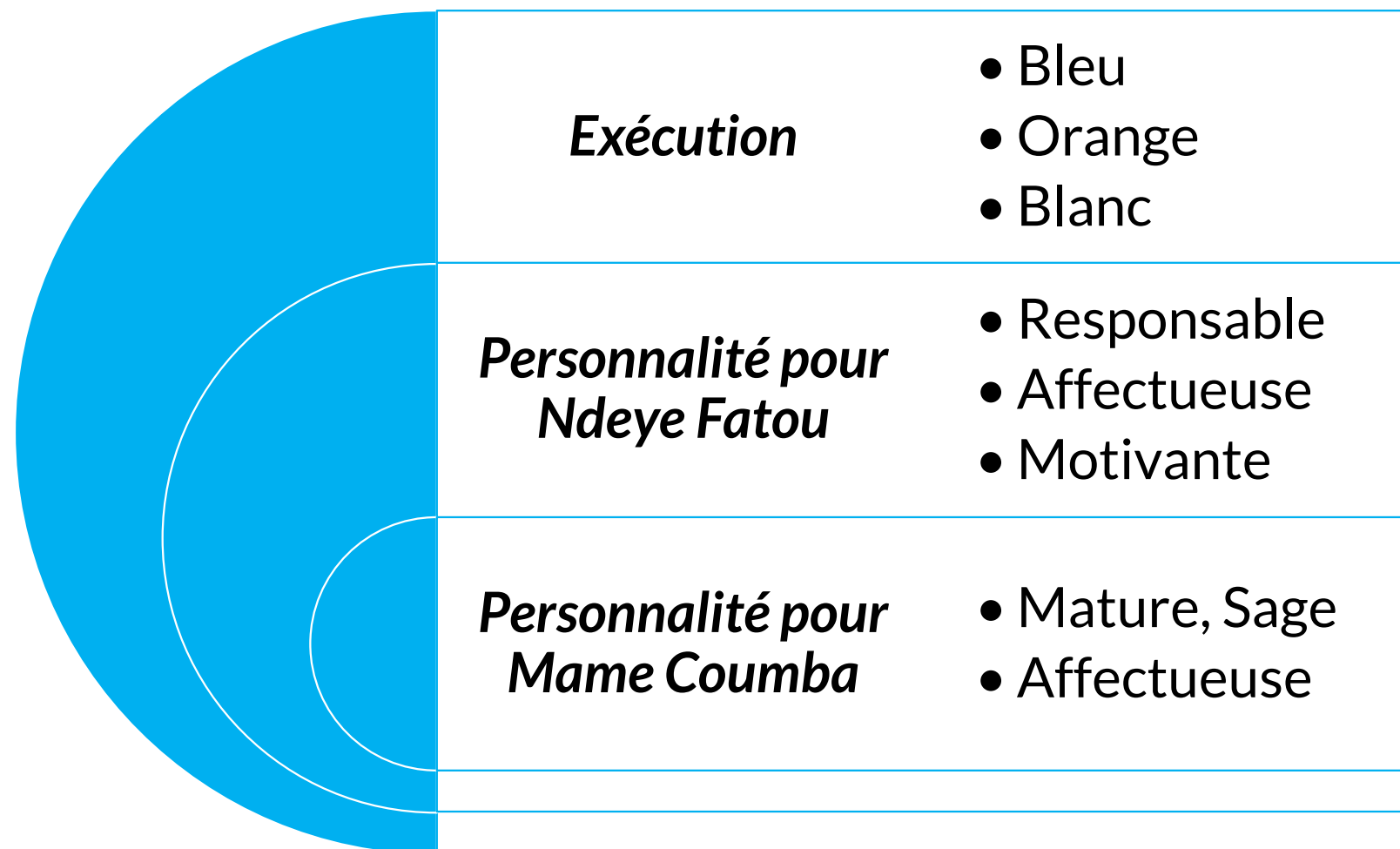
**Mature, Sage  
Affectueuse**



Éléments  
constitutifs de la  
stratégie de  
communication

*Stratégie de  
positionnement*

*Exécution &  
Personnalités*





## Éléments constitutifs de la stratégie de communication

### *Stratégie de positionnement*

### *Déclaration de positionnement*



Pour Mame Coumba soutenir sa belle fille à pratiquer la mise au sein précoce et l'AME constituent une preuve supplémentaire d'amour à l'endroit de ses petits enfants et renforce son rôle de grand mère

Pour Ndeye Fatou la mise au sein précoce et l'AME constituent un choix qui la valorise aux yeux de la communauté et un bon départ pour l'enfant



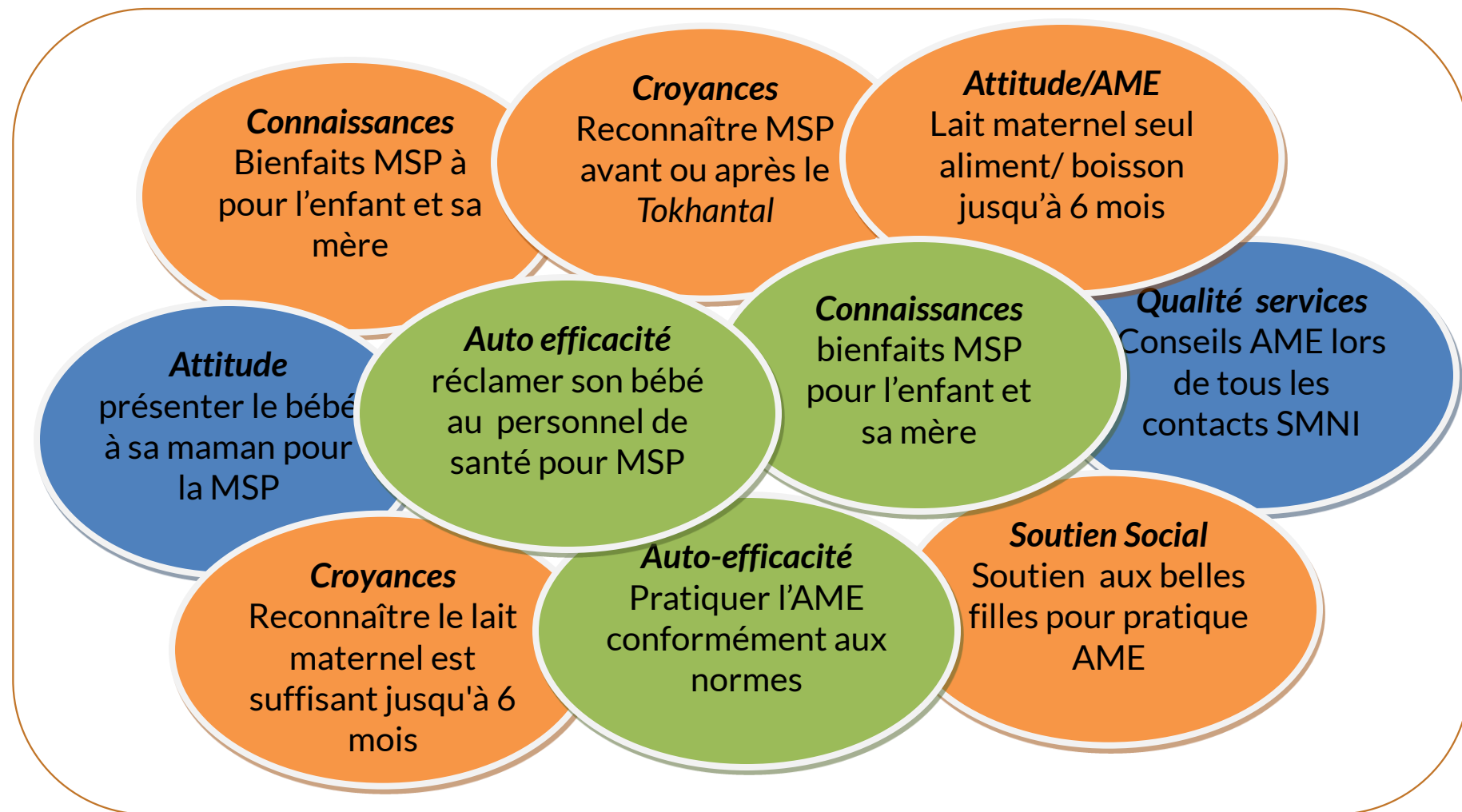




# Éléments constitutifs de la stratégie de communication

## Objectifs de communication

### Les déterminants de comportement retenus



Femmes  
enceintes /  
mères

Grand-mères

Prestataires



## Éléments constitutifs de la stratégie de communication

### *Objectifs de communication*

*Mettre l'enfant au  
sein dans l'heure qui  
suit la naissance en lui  
faisant bénéficier du  
premier lait appelé  
colostrum*

d'ici fin 2016, Amener 60% des femmes enceintes fréquentant les structures de santé à citer au moins deux avantages de la mise au sein précoce du nouveau né dans l'heure qui suit la naissance, (**Connaissance**)

d'ici la fin de l'année 2016, Amener à 60% le pourcentage des mères qui déclarent avoir réclamé leur bébé pour une mise au sein précoce dans l'heure qui suit la naissance. (**Auto efficacité**)

Amener 75% des grand mères à citer au moins deux avantages de la mise au sein précoce pour la santé de la mère et de l'enfant. (**Connaissances**)

Amener 50% des grand-mères à reconnaître la nécessité de la mise au sein précoce dans l'heure qui suit la naissance avant ou après le Tokhantal, (**Croyances**)

Amener à 50% la proportion des prestataires qui déclarent avoir présenté le bébé à sa maman dans l'heure qui suit la naissance pour la mise au sein. (**Attitude**)



## Éléments constitutifs de la stratégie de communication

### *Objectifs de communication*

Donner uniquement  
le lait maternel à  
l'enfant dès la  
naissance jusqu'à 6  
mois sans un autre  
liquide ou aliment

Augmenter de 39 à 50% la proportion des mères qui déclarent maîtriser les techniques de l'AME en respectant les normes en vigueur d'ici la fin de l'année 2016, (**Auto efficacité**)

Augmenter de 50% la proportion des grand-mères qui reconnaissent que l'AME n'est pas contraire aux traditions, (**Attitude**)

Amener 50 % des grand mères à reconnaître que le lait maternel est suffisant en quantité et en qualité jusqu'à 6 mois (sans donner de l'eau ni autres aliments ) (**Croyances**)

Amener % de grand mères qui déclarent avoir soutenu leurs belles filles à pratiquer l'AME jusqu'à 6mois, (**Soutien social**)

D'ici décembre 2016 porter à 50% la proportion de prestataires qui considèrent l'AME comme une thématique à intégrer lors des CPN, CPON, CPC vaccination et pesée et autres contacts avec la FE, (**Qualité des services**)



## Éléments constitutifs de la stratégie de communication

### *Le message clé*

### *Formulation des Messages clés Mise au sein précoce*

Réclamer mon bébé dans l'heure qui suit mon accouchement pour une mise au sein me conforte dans mon rôle de mère protectrice

Je connais les avantages de la MSP et quand je donne le sein à mon bébé dans l'heure qui suit mon accouchement je ressens le sentiment d'être une mère attentive et soucieuse d'offrir une bonne protection à son enfant

Dès la naissance, j'aide ma belle-fille à donner le sein à son bébé pour contribuer à leur protection et à leur bien-être

Je rappelle à ma belle-fille les avantages de la mise au sein précoce, cela m'assure qu'il reçoive la meilleure des protections

Encourager ma belle-fille pour une mise au sein précoce me donne le sentiment de contribuer activement à la protection et au bien être de mon petit fils ( fille)

Présenter le bébé à sa maman dans l'heure qui suit la naissance et je l'assister pour la mise au sein cela me procure la satisfaction d'avoir agi pour la survie du couple mère-enfant.



## Éléments constitutifs de la stratégie de communication

### *Le message clé*

### *Formulation des Messages clés AME*

Donner uniquement le lait maternel dès la naissance jusqu'à 6 mois sans eau ni autre aliment renforce la relation avec mon enfant.

Soutenir la pratique de l'AME dans ma communauté me donne le sentiment d'être une grand-mère responsable.

Je suis une grand-mère ouverte à tout ce qui améliore la santé de ma famille, j'encourage ma belle-fille à maintenir la pratique de l'AME jusqu'à 6 mois.

En tant que grand-mère je suis aussi garante du bien-être de mon petit-fils je m'assure qu'il ne prend ni eau ni autre liquide pendant les 6 premiers mois de sa vie.

A chaque contact avec la femme enceinte ou allaitante et son entourage je rappelle et j'encourage la pratique et le maintien de l'AME jusqu'à 6 mois cela m'aide à gagner la sympathie de ma cliente et à la fidéliser au niveau de la structure.



## Éléments constitutifs de la stratégie de communication

## Canaux de communication

## Pour les Femmes enceintes - mères

Résultats attendus	Canaux	Supports
Capacités des mères à réclamer leur bébé pour mise au sein précoce et la conduite de l'AME selon les normes renforcées	<b>La profondeur :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Counseling lors des CPN, CPON, CPC, Pesée..</li><li>• Entretien, causerie, VAD</li><li>• Sms rappel (approche pilote)</li><li>• Cercles de solidarité femmes enceintes et autres</li><li>• Numéro Vert</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Démonstration</li><li>• Boîtes à image</li><li>• Carte conseil</li><li>• Sms</li></ul>
connaissent au moins 2 avantages de la mise au sein précoce du nouveau né dans l'heure qui suit la naissance	<b>La portée :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• TV: spots TV, émissions, diffusion documentaires</li><li>• Radio (émissions, spots et insertion de messages aux heures de grande audience)</li><li>• Affichage</li></ul> <b>La profondeur :</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Counseling lors des CPN, CPON, CPC, Pesé...</li><li>• Entretien, causerie, VAD</li><li>• Sms rappel (approche pilote)</li><li>• Cercles de solidarité femmes enceintes et autres</li><li>• Numéro Vert</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Spots TV-Radio</li><li>• Affiche</li><li>• Boîtes à image</li><li>• Carte conseil</li><li>• Documentaires</li></ul>



# Éléments constitutifs de la stratégie de communication

## Canaux de communication

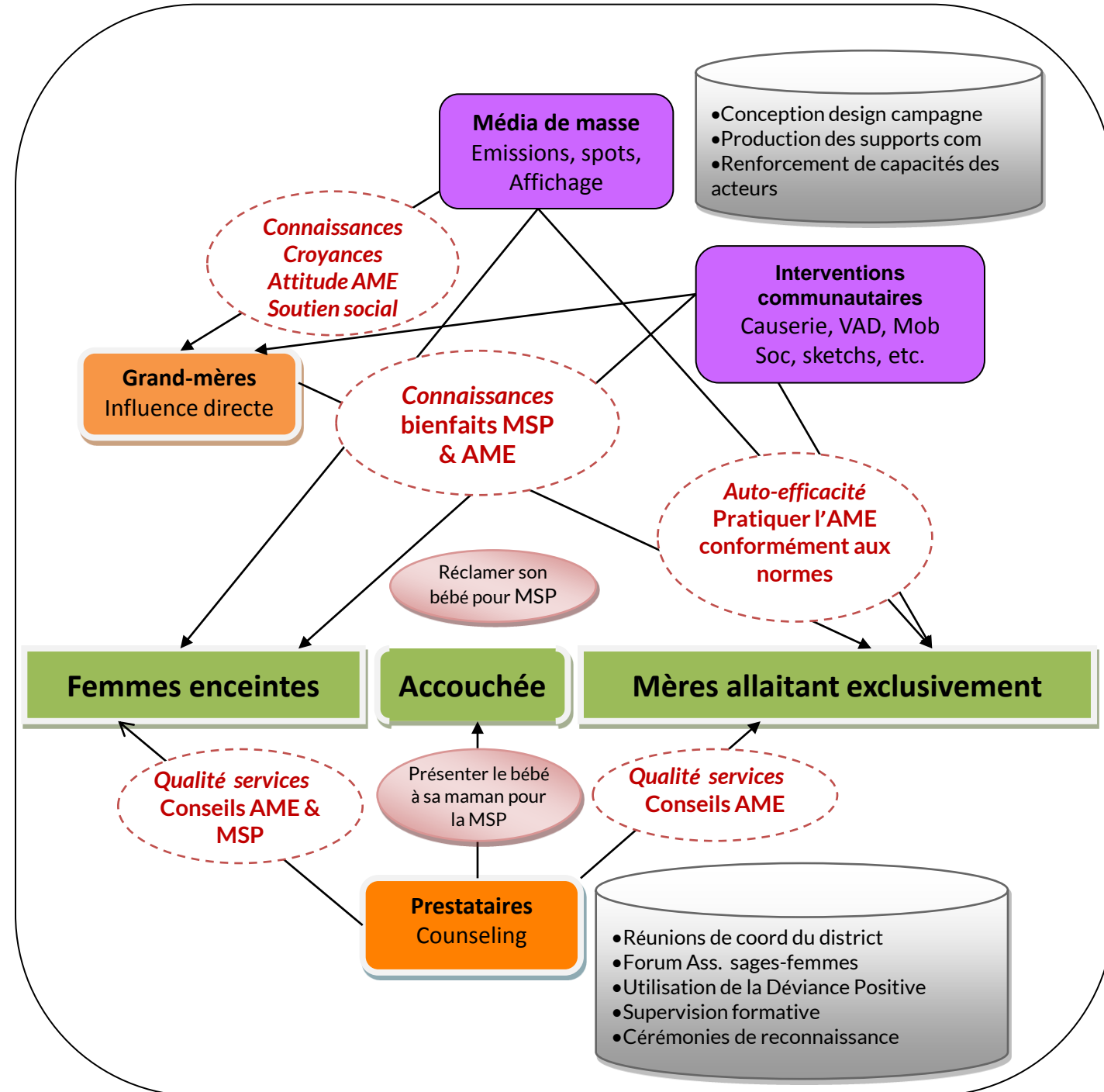
### Pour les Grand - Mères

Résultats attendus	Canaux	Supports
<p>Reconnait que le <i>tokhental</i> peut être donné avant ou après la mise au sein</p> <p>Soutient sa belle fille pour la conduite de l'AME jusqu'à 6 mois</p> <p>Reconnaissent que l'AME n'est pas contraire aux traditions</p>	<p><b>La profondeur :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Causerie, VAD</li> <li>• Théâtre forum</li> <li>• Session dialogue communautaire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Boîtes à image</li> <li>• Carte conseil</li> <li>• Sketches</li> </ul>
<p>connaissent au moins 2 avantages de la mise au sein précoce du nouveau né dans l'heure qui suit la naissance</p> <p>Reconnaissent que l'AME n'est pas contraire aux traditions</p>	<p><b>La portée :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• TV: spots TV -Radio (émissions, spots et insertion de messages pendant les heures de grande audience)</li> <li>• CIP, mobilisation sociale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spots TV- Radio- Affichage</li> <li>• Boîtes à image</li> <li>• Carte conseil</li> </ul>
<p>présenter le bébé à sa maman dans l'heure qui suit la naissance pour la mise au sein .</p> <p>AME thématique intégrée à tous contacts avec la FE autres activités SMNI</p>	<p><b>La profondeur :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Réunion de coordination du district</li> <li>• Forum avec Ass. sages-femmes</li> <li>• Utilisation de la Déviance Positive</li> <li>• Supervision formative</li> <li>• Cérémonies de reconnaissance</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Film institutionnel (déviance positive)</li> <li>• Note technique</li> <li>• Banderoles</li> </ul>



# Éléments constitutifs de la stratégie de communication

## Approche d'intervention







**MERCI DE VOTRE ATTENTION**

