



NutriRIM

Amélioration de l'alimentation de complément des jeunes enfants vulnérables des régions du Brakna et du Gorgol

Le projet NutriRIM en quelques lignes

En Mauritanie, plus d'un enfant sur cinq souffre de malnutrition dans sa forme chronique. Le pays est aussi marqué régulièrement par de très fortes dégradations saisonnières de la situation alimentaire et nutritionnelle. Pour répondre à ces problématiques dans les zones les plus affectées de la Vallée du Fleuve Sénégal, le Gret, avec le soutien financier de l'Unicef, met à profit son expertise des questions d'alimentation des jeunes enfants et du renforcement du système de santé communautaire.

Le projet NutriRIM couvre 109 villages des régions du Brakna et du Gorgol. Le premier volet du projet vise à rendre durablement accessible au plus grand nombre un aliment de complément fortifié pour les enfants de 6 à 23 mois. Le deuxième volet vise à améliorer l'accès des mêmes populations aux soins primaires et aux conseils de prévention de toutes les formes de malnutrition.

La démarche mise en œuvre consiste à appuyer les acteurs locaux, à la fois privés et publics, pour d'une part la commercialisation d'une solution alimentaire

de qualité à un coût abordable, et d'autre part fournir un service de santé de qualité et de proximité.

Un contexte complexe

La Mauritanie, comme d'autres pays du Sahel, est affectée par la répétition d'épisodes de crises, auxquelles des réponses d'urgence sont régulièrement apportées et permettent d'en réduire les effets immédiats. En parallèle, les actions de plus long terme ciblant les causes structurelles de la malnutrition ont du mal à se consolider du fait de la répétition des crises, qui fragilisent les ménages et les systèmes développés. Trouver des solutions efficaces lorsqu'il s'agit de prévenir durablement la malnutrition est donc particulièrement complexe entre logiques de réponse aux urgences et démarches de développement local.

Le Gret, à travers le renforcement de systèmes locaux existants, vise à la fois à fournir aux populations des solutions durables et de qualité face à la malnutrition, et en même temps à permettre à ces systèmes locaux de mieux contribuer aux réponses d'urgence.

Les objectifs du projet

- Améliorer durablement l'accès à une alimentation de complément de qualité par le renforcement des capacités techniques et commerciales d'un acteur privé local.
- Améliorer durablement l'accès aux soins par le renforcement des capacités des structures de santé de base et des agents communautaires.

Le projet en chiffres

- 1 aliment de complément de qualité produit localement.
 - 60 points de vente actifs.
 - 222 relais de nutrition communautaire et 17 agents de santé formés.
 - 9 000 ménages sensibilisés.
 - 19 000 enfants dépistés.
- Durée du projet : 3 ans, 2013 à 2016

Sensibilisation aux bonnes pratiques d'alimentation et de soins



Les principales étapes du projet

- > Diagnostic des connaissances et pratiques d'alimentation et de soins des jeunes enfants, identification du type d'aliment de complément.
- > Etude de faisabilité de la production locale, identification d'un producteur.
- > Convention de partenariat sur le modèle commercial à visée sociale.
- > Appui technique pour la production, la qualité du produit, la distribution et la promotion.
- > Identification et formation des relais communautaires.
- > Définition participative des outils de sensibilisation et suivi des activités de sensibilisation.
- > Diagnostic des structures de santé, formations et appui matériel.
- > Campagnes de dépistage de la malnutrition aiguë et suivi des référen- cements.



Dépistage de la malnutrition aiguë

LES RÉSULTATS ATTENDUS

- Un aliment de qualité adapté aux pratiques locales est produit en partenariat avec un acteur privé local.
- Les ménages de la zone ont accès physiquement et économiquement au produit, ils le connaissent et l'utilisent.
- Les agents communautaires et les structures de santé de base ont des capacités renforcées pour la prévention de la malnutrition.
- Les ménages améliorent leurs connaissances et leurs pratiques.

Les principes clés pour un modèle de commercialisation durable à visée sociale

Le produit

- ⇒ Répond aux besoins nutritionnels spécifiques des 6-23 mois.
- ⇒ Respecte les standards internationaux de qualité.
- ⇒ Est adapté aux pratiques locales et produit à base de produits locaux.

Le prix

- ⇒ Est abordable pour les familles vulnérables.
- ⇒ Assure un modèle économique à l'équilibre.

Le réseau de distribution

- ⇒ S'appuie sur les réseaux existants.
- ⇒ Permet une couverture optimale des zones isolées.
- ⇒ Est déconnecté du système de santé.

La stratégie de promotion

- ⇒ Est adaptée aux attentes des parents et informe sur la nature du produit, son prix, son mode d'utilisation.
- ⇒ Est déconnectée des actions de sensibilisation aux bonnes pratiques d'alimentation et de soins.

- ⇒ La commercialisation d'aliment de complément doit être accompagnée d'un dispositif de communication sociale non commerciale pour protéger et promouvoir l'allaitement maternel.

Photos : © Gret

BUDGET 660 000 EUROS FINANÇÉ PAR :



La présente publication a été élaborée avec l'appui financier de l'Unicef. Le contenu de la publication relève de la seule responsabilité du Gret et ne peut aucunement être considéré comme reflétant le point de vue de l'Unicef.

CONTACTS :

En Mauritanie : **Chamekh Ould Meidane** / chamekh.mr@gret.org
 Au siège : **Claire Costis** / costis@gret.org

www.gret.org

www.nutridev.org

Présent en Mauritanie depuis 1991, le Gret est une ONG internationale de développement solidaire, qui agit depuis 40 ans du terrain aux politiques, pour lutter contre la pauvreté et les inégalités.

Mauritanie

GRET