# Fiche de travail 6.1 Plan de communication du CSC

| **Groupes de participants/public** | Personnes s'occupant d'enfants de 6 à 23 mois dans la zone du programme (rurale, à faibles revenus) |
| --- | --- |
| **Comportements prioritaires** | Les personnes qui s’occupent des enfants utilisent chaque jour une variété d'aliments riches en nutriments pour les repas et les collations pour les enfants âgés de 6 à 23 mois, en mettant l'accent sur les aliments d'origine animale pour ceux de moins de 12 mois. |
| **Publics influants**  |  Les vendeurs du marché ; les décideurs politiques et les dirigeants ; les pairs  des gardiens d’enfants ; les pères ; grand-mères ; agent de santé  communautaire |
| **Composants de la messagerie** | **Appel à l'action** | **Vendeurs du marché :** Vendre de petits poissons pour les enfants**Gardiens d’enfants** : Ajouter un peu de poisson à la bouillie de l'enfant tous les jours jusqu'à ce qu'il soit assez grand pour partager le repas familial**Pères et grands-mères :** Discuter et décider avec les personnes qui s'occupent des enfants concernant l'achat et l'alimentation du poisson aux enfants. |
| **Facteurs à résoudre** | * Incertitude quant à la demande de petits poissons parmi les vendeurs du marché
* Absence de normes et d'attentes favorables à la distribution de petits poissons aux jeunes enfants
 |
| **Facteurs à améliorer** | * Rôle de soutien des pères et des grands-mères dans l'alimentation des jeunes enfants
* Confiance des personnes s'occupant des enfants dans leur capacité à préparer et à ajouter des petits poissons à la bouillie de leur enfant
 |
| **Objectifs de communication** | * Augmenter la demande de petits poissons pour l'alimentation des jeunes enfants, surtout ceux de moins de 12 mois
* Changer les normes et les attentes en matière d'alimentation des enfants
* Modéliser le soutien des pères et des grands-mères à l'alimentation des enfants
* Accroître la confiance et la fierté des personnes qui s'occupent des enfants en ce qui concerne les différents aliments et recettes, y compris la bouillie avec des petits poissons, pour les jeunes enfants
 |
| **Canaux, médias et matériaux** |  Marketing : * Branding et publicité pour les petits poissons destinés aux jeunes enfants, y compris des bannières et des dépliants pour les vendeurs du marché

 Communication interpersonnelle  * Visites à domicile par des agents de santé communautaires, plus intensives lorsque les enfants ont entre 6 et 12 mois, avec des aides imprimés mémoires
* Théâtre et jeux communautaires avec des pères et des grands-mères qui s'exercent à nourrir des enfants
 |