

# Nutridev

*Prévenir durablement la malnutrition*

**GRET**

Professionnels du  
développement  
solidaire

# Nutridev

Prévenir durablement la malnutrition

## Gret, professionnels du développement solidaire

Fondé en 1976, le Gret est une ONG internationale de développement, de droit français, qui agit du terrain au politique, pour apporter des réponses durables et innovantes aux défis de la pauvreté et des inégalités.

Le Gret est une ONG professionnelle, dans sa vision du secteur du développement qu'il souhaite doter de savoirs et de solutions innovantes, dans l'implication des populations du Sud qu'il considère actrices de développement, et dans ses pratiques. Considérant qu'agir pour le développement nécessite une approche globale et pluridisciplinaire, le Gret intervient :

- sur sept thématiques : Agricultures : filières et politiques agricoles ; Citoyennetés et démocratie ; Eau potable, assainissement, déchets ; Gestion des ressources naturelles et énergie ; Microfinance et insertion professionnelle ; Santé : nutrition et protection sociale ; Villes pour tous et décentralisation.
- avec une diversité de métiers : la majorité des actions du Gret concerne des projets de terrain. À travers la conduite d'expertises, l'animation de réseaux et la production de références issues de sa pratique, il diffuse des connaissances et influence les pratiques et politiques pour un développement plus solidaire ;
- du local au global et du terrain au politique, à l'échelle de villages jusqu'aux instances internationales.

**Coordination** : Mirryn Denizeau et Clémence Boule Martinaud (Gret)

**Conception graphique et réalisation** : Gianni Giuliani (Gret)

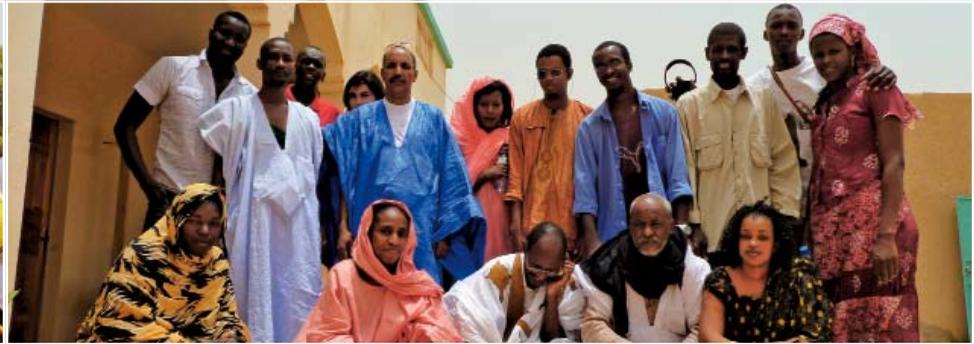
**Impression** : IGC Communigraphie (42000 Saint-Étienne), juin 2016

Imprimé sur papier recyclé



**Photos de couverture** : © Gret, IRD

**Photos intérieur** : © Gret, sauf mention contraire



# GRET

Professionnels du  
développement  
solidaire



## La malnutrition

La malnutrition, cause et conséquence de la pauvreté, est un frein majeur au développement. Elle est particulièrement dévastatrice au cours des 1 000 premiers jours de l'enfant, c'est-à-dire de sa naissance jusqu'à son deuxième anniversaire. Lorsqu'elle ne tue pas, elle entraîne des séquelles irréversibles à l'âge adulte qui se transmettent d'une génération à l'autre.

Elle se présente sous différentes formes : la malnutrition aiguë et la malnutrition chronique (qui affectent respectivement en moyenne 10 % et 30 % des enfants de moins de cinq ans dans les pays en développement). Les carences en micronutriments, le surpoids et l'obésité sont en hausse dans quasiment tous les pays du monde.

Elle est due à une alimentation inadéquate et à des maladies. Elle résulte de l'interaction entre des facteurs multiples comme le manque de connaissance, des mauvaises pratiques d'alimentation (dont l'allaitement et l'alimentation de complément), d'hygiène et de soins, l'absence sur le marché d'aliments de complément bon marché et de qualité, l'insuffisance des services de santé, l'insécurité alimentaire, la pauvreté chronique, etc.

## La démarche Nutridev

Face à ce constat, le Gret et l'Institut de recherche pour le développement (IRD), dans une démarche de recherche-action, ont élaboré et testé depuis 1994 un dispositif innovant, le programme Nutridev, pour prévenir durablement les différentes formes de malnutrition au sein des groupes de population vulnérables, principalement les enfants de moins de deux ans, mais également les femmes en âge d'avoir des enfants et les enfants scolarisés.

Après 20 ans d'évolution, le programme repose aujourd'hui sur **trois axes** d'intervention complémentaires :

- **sensibiliser les populations** pour améliorer les connaissances et les pratiques d'alimentation, d'hygiène et de soins materno-infantiles ;
- **rendre disponibles des aliments fortifiés** adaptés en appuyant les entreprises locales à :
  - **développer** et **produire** des aliments adaptés aux besoins nutritionnels et aux habitudes alimentaires des populations, aux normes de qualité internationales et aux bas revenus des familles,
  - **promouvoir** et **distribuer** durablement ces produits non subventionnés dans des réseaux de commercialisation diversifiés et innovants,
  - **s'adapter** à un contexte législatif favorisant leur mobilisation tout en contrôlant leur action ;
- **améliorer la qualité des services de santé** en formant les acteurs de la santé, en appuyant à la définition et à la mise en œuvre de politiques nationales de santé communautaire, et en testant des programmes de filets sociaux.

## Les fondements de Nutridev

- **allier** la recherche à l'action et tester des innovations ;
- **adapter** les interventions à chaque contexte, en milieux urbain et rural ;
- **inscrire** les actions dans les politiques publiques ;
- **prioriser** des actions durables ;
- **développer** une approche préventive de la malnutrition ;
- **favoriser** la mise en débat et la diffusion des résultats ;
- **agir en coalition d'acteurs**, du domaine de l'urgence et du développement, et provenant du monde académique, politique, économique et associatif, local ou international.

## 20 ans d'action

En 20 ans, le Gret a mené des projets de lutte contre la malnutrition dans 12 pays. Aujourd'hui, afin de contribuer à briser le cercle vicieux malnutrition-maladie-pauvreté, le Gret intègre davantage d'actions d'amélioration de l'offre de soins et de l'accès financier aux soins, notamment en matière de santé materno-infantile et de la reproduction. Ainsi, il fait évoluer son approche vers un programme plus large. **Santé : nutrition et protection sociale.** 



© Magali Renaud

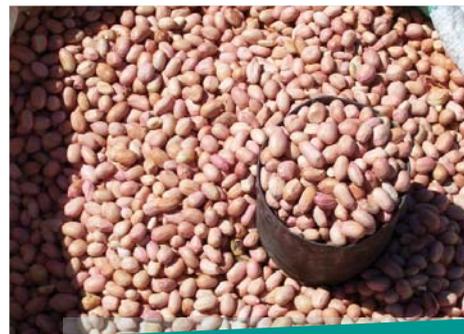


© Johnny Ratsfy





Diagnostic



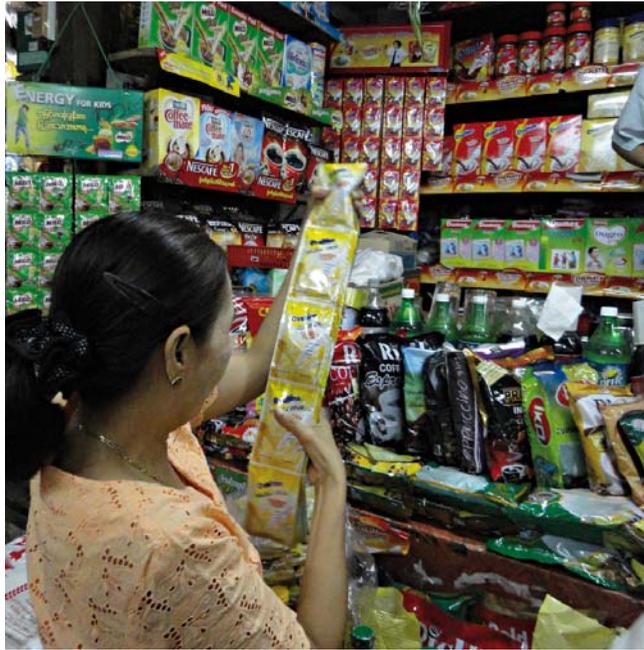
Pour comprendre les contextes tant urbains que ruraux et définir des stratégies qui leur sont adaptées, le Gret réalise des diagnostics rigoureux qui portent sur l'état nutritionnel et les déterminants de la malnutrition (connaissances, attitudes, pratiques d'alimentation, hygiène et soins materno-infantiles, disponibilités alimentaires, services de santé disponibles, habitudes alimentaires, mode de vie, etc.).

















Sensibilisation



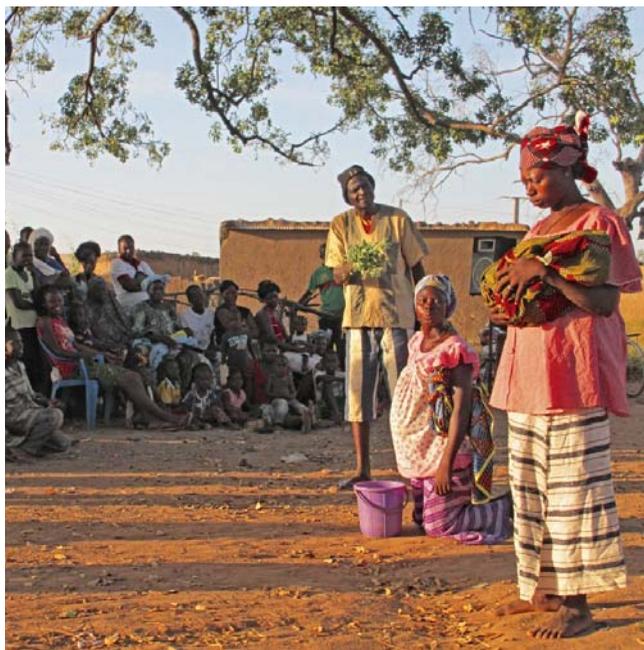
Les actions de sensibilisation sont mises en œuvre autant que possible avec des partenaires locaux (ONG locales, agents de santé, volontaires communautaires, etc.).

Les messages sont adaptés aux contextes et concernent majoritairement l'alimentation, l'hygiène et les soins materno-infantiles.





BERHENTI RIBU ALLAH  
BERGAMU BERAGAM PASTI



Des animations de masse comme le « théâtre forum », des séances de « ciné-débat », des animations de marché incluant divers jeux pédagogiques sont organisées dans les principaux lieux de regroupements de la population (école, place du marché, centre de santé, etc.).





DATA NY  
NYNY NYNY  
NYNY

Mifandra hery sy fanjaka  
haingana ho an'ny  
glosida

DATA NY  
NYNY NYNY  
NYNY

ny famoronana  
ny fiasana  
ny fiarovana







Des réunions de groupes (femmes enceintes, mamans avec de jeunes enfants, hommes, etc.) et entretiens individuels sont également organisés pour diffuser des messages plus ciblés.

L'utilisation de médias permet de diffuser au plus grand nombre des messages adaptés : campagnes TV, radios, posters, etc.





Point to development

Financement : UNIDN EUROPEENNE

SEMINAIRE  
DE  
FORMATION  
ET  
DE  
SENSIBILISATION  
DES  
COMMUNES  
RURALES



A large, polished stainless steel funnel-shaped machine is the central focus in the foreground. It has a wide top opening and tapers down to a narrower base. A small rectangular window is visible on its side. In the background, a large window looks into another part of the factory where two workers in blue shirts and white caps are working with large, tilted stainless steel tanks. The walls are painted light blue and white, and the ceiling is a grid of white tiles. In the bottom right corner, there are several white plastic buckets stacked. A purple banner with the word "Production" is overlaid at the bottom.

Production



En partenariat avec des entreprises locales très variées (unités de production artisanales, PME ou entreprises nationales), le Gret développe des aliments fortifiés répondant aux besoins nutritionnels des enfants, aux normes de qualités internationales, aux habitudes alimentaires locales et aux bas revenus des populations.

Dans le cadre du développement d'un produit, le Gret réalise de nombreux tests de dégustation directement auprès de la population, de façon à retenir la formule la plus attrayante possible en termes de goût, odeur, couleur et texture.







La production est réalisée autant que possible à partir de matières premières locales et avec des équipements de production locaux, permettant ainsi de limiter les coûts, mieux répondre aux habitudes alimentaires des populations locales, et faciliter la maintenance de la ligne de production.







Le choix des procédés technologiques est particulièrement important pour la qualité du produit, et dépend du type de l'unité de production partenaire et de l'attente des consommateurs. Les procédures de production mises en place permettent le respect des normes internationales de qualité sanitaire.







Une trentaine d'aliments fortifiés a été développée, principalement pour les enfants de 6-23 mois, d'âge pré-scolaire et scolaire, et pour les femmes en âge d'avoir des enfants : farines infantiles instantanées ou à cuire, compléments alimentaires, aliments complets prêts à consommer, biscuits et boissons.









Commercialisation



Le Gret appuie les entreprises locales dans la définition et la mise en œuvre de stratégies de marketing social, afin d'étudier les conditions du marché pour la mise à disposition des produits, de fixer un prix adéquat et abordable, de choisir les réseaux de distribution les plus viables, et enfin de définir une stratégie de promotion adaptée.







La promotion des produits est indispensable, à travers des activités de proximité (réunions de groupes, animation de marché, porte-à-porte) et des activités médias (radio, TV, affichage) afin de développer la notoriété des produits et d'aider les entreprises à mieux les vendre sur le marché. De nombreux outils sont développés dans le cadre de cette promotion, tout en respectant les réglementations internationales et nationales liées au marketing des produits pour enfant.











Dans une optique de durabilité, les produits développés sont disponibles à prix non subventionné via différents réseaux de distribution :

- **Le réseau traditionnel** : vente dans les boutiques, les épicerie, les magasins spécialisés, et les pharmacies, en milieu urbain et rural.



**Misola**  
COMPLÈTEMENT GRATUIT  
1. Prendre un verre d'eau.  
2. Prendre 1 sachet.  
3. Prendre un autre verre d'eau.  
4. Prendre un autre sachet.  
5. Prendre un autre verre d'eau.  
6. Prendre un autre sachet.  
7. Prendre un autre verre d'eau.  
8. Prendre un autre sachet.  
9. Prendre un autre verre d'eau.  
10. Prendre un autre sachet.  
11. Prendre un autre verre d'eau.  
12. Prendre un autre sachet.  
13. Prendre un autre verre d'eau.  
14. Prendre un autre sachet.  
15. Prendre un autre verre d'eau.  
16. Prendre un autre sachet.  
17. Prendre un autre verre d'eau.  
18. Prendre un autre sachet.  
19. Prendre un autre verre d'eau.  
20. Prendre un autre sachet.

**Misola**  
COMPLÈTEMENT GRATUIT  
EN VENTE ICI

**Misola**  
COMPLÈTEMENT GRATUIT  
La bonne boisson pour un enfant  
un adulte aussi.

**Misola**  
COMPLÈTEMENT GRATUIT  
1. Prendre un verre d'eau.  
2. Prendre 1 sachet.  
3. Prendre un autre verre d'eau.  
4. Prendre un autre sachet.  
5. Prendre un autre verre d'eau.  
6. Prendre un autre sachet.  
7. Prendre un autre verre d'eau.  
8. Prendre un autre sachet.  
9. Prendre un autre verre d'eau.  
10. Prendre un autre sachet.  
11. Prendre un autre verre d'eau.  
12. Prendre un autre sachet.  
13. Prendre un autre verre d'eau.  
14. Prendre un autre sachet.  
15. Prendre un autre verre d'eau.  
16. Prendre un autre sachet.  
17. Prendre un autre verre d'eau.  
18. Prendre un autre sachet.  
19. Prendre un autre verre d'eau.  
20. Prendre un autre sachet.



■ **Le réseau institutionnel** : la vente dans le cadre de programmes d'aide alimentaire, au cours desquels certaines institutions peuvent acquérir le produit directement afin de le distribuer gratuitement aux bénéficiaires les plus vulnérables.

■ **Le réseau communautaire** : la vente par les volontaires communaux dans les villages ruraux, y compris dans les plus reculés.





© JRD





© Johary Ratefy





**GRET**  
Professionnels du  
Développement  
solidaire

**Nutrifaso**

fi Benre

de Vitamines pour faire grandir mon bébé



■ **Les réseaux innovants de proximité** : la vente à domicile en porte-à-porte en milieu urbain précaire (comme à Madagascar et au Burkina Faso).







■ La vente via des restaurants pour bébé appelés « Hotelin-Jazakely » en milieu urbain à Madagascar et gérés par une entreprise sociale malgache, Nutri'zaza, créée par le Gret et d'autres partenaires en 2013.



© Johary Ratefy



© Johary Ratefy



© Johary Ratefy

Fer  
Kalsioma  
Vitamina



**KobaAina**

# HOTELIN-JAZAKELY

TORO-HEVITRA HO AN'NY  
FAHASALAMANA  
SY FITOMBOAN'NY ZAZA







Soins et filets sociaux



Le Gret appuie la définition et la mise en œuvre de politiques nationales de santé communautaire. Sur la base de diagnostics, il propose des formations adaptées aux agents de santé notamment, et des petits équipements permettant d'améliorer la qualité des services de soins materno-infantiles proposés.



17. Indemia

Kuhile

I yimbwoli kwawina azandimokili

Joni	Iyimbwoli		% yimo cradi	Ivan dia madama (bunga)	Ebi do	
	CYN. bogi	Nikao			figi pene	paani
2017-7 Tugayi	-		50	K2250	K2250	-
2017-8		nikao	70	K500	K	





Le Gret appuie les organisations locales dans leurs actions de sensibilisation et de suivi de la croissance, et contribue aux campagnes de dépistage de la malnutrition et de référencement des enfants malnutris.





Des dispositifs innovants de filets sociaux sont testés, comme le transfert monétaire à visée nutritionnelle. Celui-ci cible les femmes enceintes ou ayant des jeunes enfants lors de la période de soudure et est couplé aux actions de sensibilisation, de mise à disposition d'aliments fortifiés et de renforcement des services de santé.







Depuis 20 ans, le Gret défend la prévention comme un enjeu clé pour lutter contre la malnutrition, et notamment la malnutrition chronique, moins visible et beaucoup plus répandue. La mobilisation de tous les secteurs est nécessaire, en priorisant des actions spécifiques permettant d'améliorer l'alimentation et la santé des femmes en âge de procréer et des jeunes enfants.

Parmi les acteurs clés, **la mobilisation du secteur privé local** apparaît comme l'une des solutions permettant d'apporter des **aliments de qualité, rapides et faciles à préparer et accessibles au plus grand nombre**. Si cette solution fait aujourd'hui l'objet d'un consensus large, le secteur privé local reste **peu mobilisé** dans l'amélioration de l'alimentation de complément, et le marché est compliqué et risqué pour ces entreprises locales qui peinent à combiner rentabilité économique et objectif social.

C'est du dialogue inter-acteurs que peut avancer *la recherche de solutions innovantes, durables et efficaces de prévention de la malnutrition.*





Campus du Jardin tropical  
45 bis avenue de la Belle Gabrielle  
94736 Nogent-sur-Marne Cedex, France

Tél. : +33 (0)1 70 91 92 00

Fax : +33 (0)1 70 91 92 01

### **POUR TOUT COMPLÉMENT D'INFORMATION**

[www.gret.org](http://www.gret.org) - [gret@gret.org](mailto:gret@gret.org)

### **CONTACT COMMUNICATION ET PRESSE**

Marie Bessières : [bessieres@gret.org](mailto:bessieres@gret.org)

Tél : +33 (0)1 70 91 92 76

### **CONTACT NUTRITION AU GRETE**

Mirrdyn Denizeau : [denizeau@gret.org](mailto:denizeau@gret.org)

Tél : +33 (0)1 70 91 92 68

Le programme Nutridev est mené par le Gret conjointement avec l'IRD



Merci à tous les partenaires techniques et financiers qui nous accompagnent depuis plus de 20 ans, et à tous ceux qui se sont mobilisés à nos côtés dans la lutte contre la malnutrition.

Dans le cadre du programme international Nutridev, le Gret élabore, expérimente et déploie avec l'IRD des stratégies pérennes et innovantes de prévention de la malnutrition. Depuis 1994, ses actions contribuent à améliorer les conditions de vie des populations vulnérables, en particulier des enfants de moins de deux ans et de leurs mères, dans une douzaine de pays en développement. Le programme concerne la lutte contre la malnutrition sous toutes ses formes, et en particulier la plus oubliée et la moins visible, la malnutrition chronique.

Pour plus d'information : [nutridev.gret.org](http://nutridev.gret.org)

