

ÉVALUATION 2022-2023 IDENTIFICATION DES BESOINS



97.4%

FAMILLES

Sur un total de 153 répondants, 149 réponses provenaient des **Familles**, en grandes majorités âgées entre 25 et 34 ans.

RÉFÉRENCES

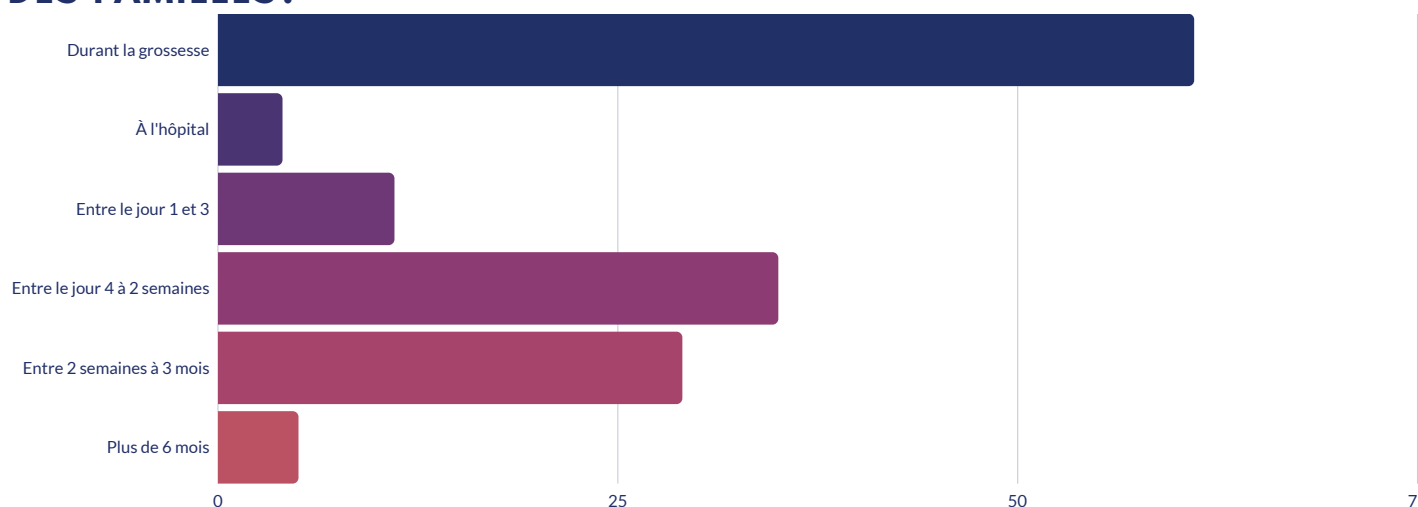
La moitié des familles répondantes (51%) ont mentionné ne **pas avoir été dirigée** vers nos services par un **professionnel de la santé** ou **organisme communautaire**. Une majorité des familles (69.8%) ont reçu un appel de **l'intervenante en allaitement** dans un délai de moins de 36 heures (74.1%).

NOUS AVONS SONDÉ LES FAMILLES SUR LEURS BESOINS EN PRÉNATAL

Les familles ont répondu en grande majorité, avoir besoin de **formations en allaitement** (61.7%). Le besoin de **discuter avec une maman ayant une expérience en allaitement** (60.4%), est aussi présent.

Un peu plus que la moitié des familles ont mentionné avoir besoin **d'information** comme des **outils papiers et vidéos** (55.7%). Par contre, le besoin **d'ateliers pratiques en allaitement** (43%) semblent moins présent.

À QUEL MOMENT NOURRI-SOURCE LAURENTIDES EST ENTRÉ DANS LA VIE DES FAMILLES?



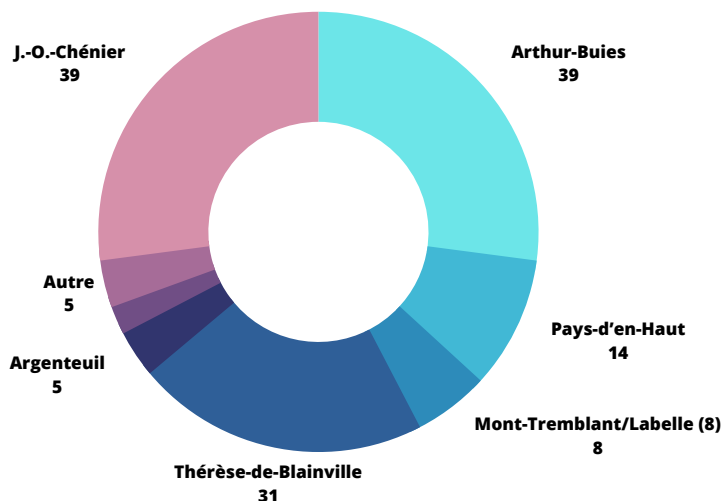
2.6%

PARTENAIRES

4 répondants étaient des **Partenaires**, et ce, malgré les efforts déployés, dont l'envoi à nos 6 tables de concertations, tables jeunesse, aux infirmières de liaison et précieux partenaires de NSL.

Les 4 répondants sont des partenaires **récurrents** qui utilisent, réfèrent ou avec qui nous avons développé des partenariats. Ils ne sont pas des organismes qui offrent du soutien en allaitement dans les premières 72 heures de vie de bébé.

RÉPONSES PAR SECTEUR



NOUS AVONS SONDÉ LES FAMILLES SUR LEURS BESOINS EN POSTNATAL

Les familles ont répondu en grande majorité avoir besoin de **discuter avec une maman ayant une expérience en allaitement** (80.5%). Le besoin d'avoir accès à un **atelier pratique en allaitement** (57%), est aussi présent.

Le besoin de **formation en allaitement** (33%), en plus de **l'information** comme des **outils papiers et vidéos** (41.6%) semblent moins présent.