Communiqué de presse

Promotion de la consommation des produits de la mer :

Hout Bladi vient à la rencontre des élèves

Le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche Maritime lance, en partenariat avec le Ministère de la Santé, une campagne de sensibilisation, en milieu médical, pour la promotion de la consommation des produits de la mer.

Cette action s'inscrit dans le cadre de la mise en œuvre de la Stratégie Marketing Institutionnel des Produits de la Mer, décliné du Plan Halieutis. Basée essentiellement sur un message de santé, cette campagne a sollicité le corps médical comme relais de communication afin de sensibiliser les patients sur les bienfaits nutritionnels des produits de la mer et de la nécessité d'en consommer de manière régulière.

Les objectifs de cette campagne coïncident avec les prérogatives du Ministère de la Santé dans l'élaboration et la mise en œuvre des actions permettant de promouvoir le bien-être physique, mental et social des habitants au niveau national.

Opérée par l'Office National des Pêches, cette action de sensibilisation cible pas moins de 1630 médecins privés (Généralistes, Pédiatres, nutritionnistes et diététiciens) au niveau national, ainsi que 144 hôpitaux publics et 2600 centres de soin et de santé de base. Elle est effectuée en milieu urbain et déployée sur les 16 villes chefs-lieux des 16 régions administratives du Royaume.

au niveau national pas moins de 55 000 élèves du niveau de 6ème année primaire, sur près de 500 écoles publiques et privées en milieux urbain et rural, répartis sur l'ensemble des 16 régions administratives du Royaume.

Quant à la campagne en cours, elle cible pas moins de 1630 médecins privés (Généralistes, Pédiatres, nutritionnistes et diététiciens) au niveau national, ainsi que 144 hôpitaux publics et 2600 centres de soin et de santé de base. Elle est effectuée en milieu urbain et déployée sur les 16 villes chefs-lieux des 16 régions administratives du Royaume.

Divers outils de communication ont été développés afin de servir de supports aux séances de sensibilisation. Ils traitent de la richesse halieutique du Royaume, des espèces phares de la production halieutique nationale, des bienfaits des produits de la mer pour la santé de l'enfant, de la chaîne de valeur halieutique depuis la pêche jusqu'à la consommation et de la préservation du milieu marin et de l'environnement. A la fin de chaque séance, un petit quizz est dispensé aux enfants sous forme de quelques questions avec des récompenses pour les trois meilleurs élèves. Une Mascotte de type poisson est mise à contribution pour animer les séances de sensibilisation.

Pour rappel, cette campagne fait suite à plusieurs opérations du même genre, effectuées dans le cadre de la mise en œuvre de la Stratégie Marketing Institutionnel des Produits de la Mer, notamment la campagne médias diffusée durant le dernier trimestre 2013 et la promotion au niveau des différents points de ventes des produits de la mer (Grandes et moyennes surfaces, marchés municipaux et souks hebdomadaires) effectuée durant le deuxième trimestre 2014 et plus récemment la Fête de la Sardine célébrée en fin du mois d'aout dernier.