

LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE

Récemment, le concept de « Sécurité alimentaire » a évolué en « Sécurité alimentaire et nutritive ». Le but en est de souligner l'importance des aspects nutritionnels de la sécurité alimentaire, alors que dans le passé, l'accent en matière de sécurité alimentaire était mis sur le niveau de calories apporté aux populations. Cela a une importance notable pour les produits de la pêche et de l'aquaculture qui ont de grands avantages nutritionnels (les acides gras oméga-3, des protéines de haute qualité et des acides aminés essentiels, des oligo-éléments importants pour la santé humaine – le zinc, l'iode, les vitamines, etc.).



Démonstration de cuisine durant la campagne Clean Fish Better Life
© Alessandra Argenti CVF

Mieux sensibiliser les consommateurs aux avantages de consommer du poisson, à comment choisir un poisson de bonne qualité, à bien le préparer et le faire cuire correctement est un moteur important pour l'amélioration des pratiques tout au long de la chaîne de valeurs. Démontrer la contribution du poisson à la sécurité alimentaire et les bienfaits de la consommation du poisson, surtout auprès des groupes vulnérables ou en situation d'insécurité alimentaire améliore aussi la sécurité alimentaire. Aider les consommateurs à mieux faire attention au poisson qu'ils achètent est également un facteur important pour la réduction des pertes post-récolte. En outre, le poisson est spécifiquement bénéfique à la santé de certains types de consommateurs, comme les femmes enceintes, les personnes âgées, les enfants, les personnes qui souffrent de maladies, et les personnes touchées par le VIH.

Nous décrivons ici ce que SmartFish a fait pour toucher et éduquer les consommateurs à travers son initiative « Clean Fish Better Life »¹.

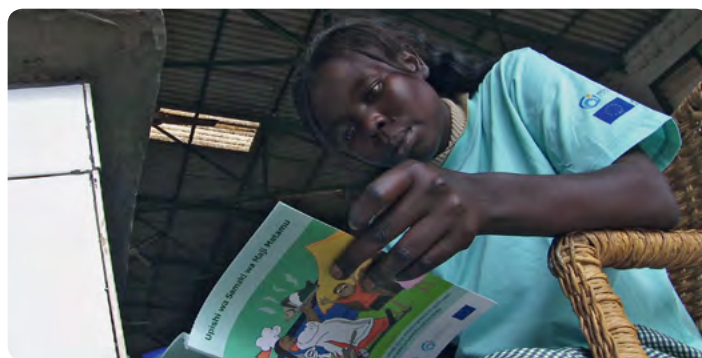
SMARTFISH ÉDUQUE LES CONSOMMATEURS DE POISSON DU LAC VICTORIA

L'une des principales caractéristiques de toute campagne de sensibilisation des consommateurs est de décider de la meilleure façon de faire passer son message à son public cible. L'expérience de travail acquise par la FAO et d'autres organisations dans la région a montré que les consommateurs de poisson, ou les consommateurs potentiels, sont plus susceptibles d'être réceptifs

à l'information présentée à l'aide de formats médiatiques visuels et dans les langues locales. SmartFish s'est engagé à traduire les messages relatifs à l'hygiène, à la qualité du poisson et à la nutrition en des outils et des techniques de sensibilisation appropriés. Les principaux outils et techniques développés par le projet sont les suivants :

- Un livret contenant des recettes de poisson, des informations de base sur la valeur nutritive du poisson et des conseils de base pour la sécurité alimentaire destiné aux femmes dont le niveau d'alphabétisation est faible, rédigé en anglais, français, kiswahili et luganda ;
- Des démonstrations culinaires à l'intention des femmes, basées sur les recettes du livret ;
- Le « kanga », vêtement drapé enveloppant traditionnel des femmes, imprimé avec le logo et le slogan de la campagne ;
- Des panneaux d'affichage destinés aux marchés montrant comment acheter du poisson frais de bonne qualité ;
- Des dépliants destinés aux consommateurs avec des messages essentiels sur la manière de consommer du poisson en toute sécurité ;
- Des sets de table pour les restaurants locaux qui indiquent « pourquoi il est bon de manger du poisson » ;
- La chanson *Usafi ni pesa* (l'hygiène rapporte de l'argent) écrite et chantée expressément pour la campagne par la pop-star kenyane Nazizi ;
- Une couverture locale médiatique et radiophonique.

Ces différents outils ont été rassemblés pour former la base de la campagne « Clean Fish Better Life » qui a ciblé les communautés et les marchés dans le bassin du lac Victoria au Kenya, en Tanzanie et en Ouganda.

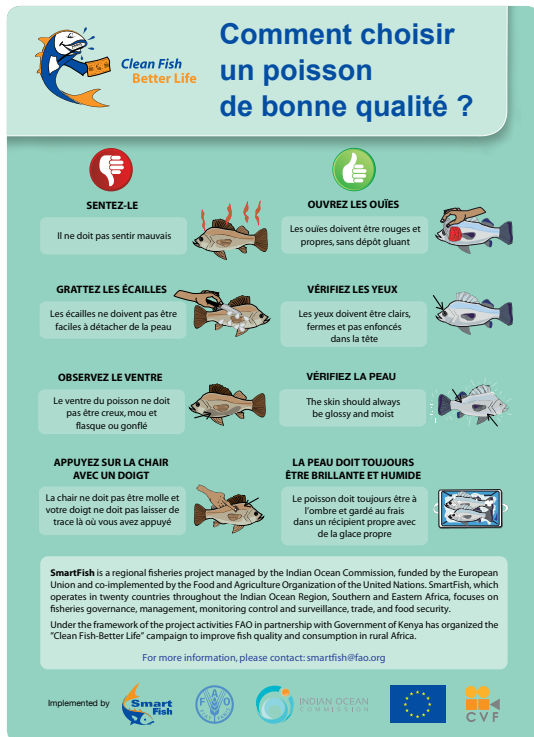


Enfant lisant le livret qu'il vient de recevoir durant la campagne
© Alessandra Argenti CVF

De même que des séances de cinéma éducatif, la campagne donne des démonstrations de préparations du poisson à des milliers de femmes de faible alphabétisation. Ces démonstrations sont accompagnées d'une distribution de plus de 3 000 exemplaires du livret de cuisine. D'autres réalisations comprennent 32 panneaux d'affichage installés dans les principaux marchés, 2 000 sets de table remis aux restaurants locaux et 4 000 dépliants distribués aux consommateurs.

¹ Poisson propre, vie meilleure

L'éducation des consommateurs pour une meilleure Sécurité alimentaire



Flyer distribué lors de la campagne

Les résultats préliminaires de l'évaluation de l'impact de la campagne ont montré que les destinataires des messages diffusés ont acquis un niveau accru de sensibilisation en matière de connaissances de base sur la façon d'acheter, de consommer en toute sécurité et de cuire correctement le poisson et les produits de la pêche.

LA VOIE À SUIVRE

S'appuyant sur le succès des activités consacrées à l'éducation des consommateurs et des résultats des enquêtes de consommation, les prochains travaux auront pour objectif d'augmenter d'au moins dix pourcent en trois ans le niveau de consommation de poisson dans les zones sélectionnées. Des efforts seront faits pour poursuivre le processus de sensibilisation des consommateurs à l'aide des outils existants ainsi que par l'utilisation innovante de différents médias tels que la radio, des concours culinaires télévisés autour du poisson ainsi que des publicités basées sur des témoignages. Tout cela sera accompagné d'un soutien aux producteurs et aux fournisseurs de poisson pour les aider à appliquer les meilleures pratiques, de même que pour suivre et évaluer l'impact des activités au moyen d'enquêtes post-campagne pour la consommation du poisson.

L'éducation du consommateur au Malawi, au Rwanda et en Zambie

Inspiré par l'étude du programme « La contribution du poisson dans la sécurité alimentaire » (voir Fiche relative), le travail a également été mené en partenariat avec NDFS Afrique à Maurice, au Malawi, au Rwanda et en Zambie afin de mieux comprendre la contribution du poisson à l'alimentation locale et nationale et à la sécurité alimentaire et nutritionnelle. Cela a été fait au moyen d'enquêtes auprès des consommateurs, conçues pour aider à comprendre :

- le rôle du poisson dans le régime alimentaire des ménages ;
- les habitudes de consommation ;
- ce que le consommateur connaît du poisson en tant qu'aliment ;
- les particularités démographiques.

Les résultats de l'enquête sur la consommation du poisson sont présentés et font l'objet de discussions lors d'ateliers nationaux et ils serviront de guide pour les prochaines manifestations et activités de sensibilisation comme ci-après :

Au **Malawi**, le manque de disponibilité du poisson est un obstacle majeur à une consommation plus importante. Etant donné que les gens aiment écouter la radio, l'accent est mis sur la radio nationale pour diffuser des pièces pour promouvoir les bienfaits de manger du poisson, de fabriquer et posséder son propre étang à poissons. L'objectif global sera de permettre aux consommateurs de créer correctement leur propre étang à poissons.

En **Zambie**, la conscientisation sur les avantages nutritionnels de la consommation du poisson est limitée et les taux de malnutrition sont élevés chez les enfants de moins de cinq ans. Les 1 000 premiers jours de la vie d'un enfant sont considérés



Panneau installé © Ray Naluyaga

comme essentiels. La priorité est de développer et d'utiliser du matériel éducatif pour sensibiliser les femmes enceintes et les mères allaitantes aux avantages que confère la consommation de poisson, non pas seulement pour la santé de leurs bébés, mais aussi pour leur propre santé.

Au **Rwanda**, les gens ont un accès facile au poisson et autres produits de la pêche, mais il y manque une culture établie de consommer du poisson. Les activités de sensibilisation sont axées sur des démonstrations de la manière d'en faire cuire afin de familiariser les consommateurs potentiels à de nouvelles saveurs et manières de manger du poisson. L'on utilise également du matériel pour encourager une préparation simple et hygiénique du poisson destiné aux repas.

PRÉPARÉ PAR

Ansen Ward : Consultant FAO, Programme SmartFish

Daide Signa : Expert en Sécurité alimentaire, Programme SmartFish

Programme SMARTFISH

Blue Tower, 5^e étage, Rue de l'Institut | Ebène | Ile Maurice

Tel: (+230) 402 6100 | Fax: (+230) 466 0160

E-mail: smartfish@fao.org | smartfish@coi-ioc.org

Sites web: www.smartfish-coi.org | www.fao.org | www.coi-ioc.org

Suivez-nous sur