

LA PROPAGANDE POUR LA CONSOMMATION DU POISSON EN FRANCE.

Par M. André de COUDEKERQUE-LAMBRECHT.

Avant la guerre de 1940, il y avait deux Comités régionaux de Propagande pour le Poisson en France : celui de Boulogne s/Mer, dirigé par M. Jacques Altazin, et celui de Dieppe, dirigé par M. A. de Coudekerque-Lambrecht.

Après la guerre, en 1949, lorsque le marché du poisson fut redevenu libre et que la production des pêches atteignit à nouveau celle d'avant-guerre, les armateurs, pêcheurs, mareyeurs, saleurs, saurisseurs et conserveurs décidèrent de créer un Comité National de Propagande pour la Consommation du Poisson.

M. J. Altazin en fut nommé président et M. A. de Coudekerque-Lambrecht, directeur.

Le Comité réorganisa les quatre services, que les expériences de Boulogne et de Dieppe avaient démontré être les plus efficaces :

- 1) La Radio ;
- 2) Le Journal ;
- 3) Les Démonstrations culinaires ;
- 4) Le Livre de Recettes.

I. — RADIO

Le Comité commença par annoncer quotidiennement à la radio, à 13 heures et à 20 h. 30, les poissons dont la pêche était abondante, afin que les ménagères les demandent aux poissonniers et que ceux-ci les commandent aux ports.

Le premier rôle de la propagande est, en effet, d'aider à l'écoulement des poissons de pêche abondante, ce qui est l'intérêt de la ménagère, puisque ces poissons sont de prix plus avantageux.

Cependant, au bout d'une année, la radio a voulu changer la forme de ses émissions et, maintenant, nous indiquons quatre fois par semaine les poissons de saison au moyen de recettes, qui sont diffusées dans les « Chroniques Féminines » à 8 h. 30 et à 17 heures.

Nous estimons que les premières émissions étaient plus efficaces, mais il a bien fallu subir les exigences de la radio.

II. — JOURNAL

Le Comité publie un journal mensuel *Marée de France*, dont le service est fait à 20.000 poissonniers.

Ce journal les tient au courant des activités de la propagande, leur donne des renseignements sur la pêche et les poissons, des conseils pour la tenue de leurs magasins et la vente du poisson et leur fournit la liste du matériel publicitaire que le Comité tient à leur disposition.

Les poissonniers sont en effet les principaux diffuseurs de la propagande auprès de leur clientèle.

Nous leur cédonc donc à prix coûtant, les articles suivants :

Le Panonceau du Comité, qui reproduit les armes des marchands de poissons au Moyen Age. Il est remis aux poissonniers qui paient une cotisation de 1.000 francs au Comité et qui fournissent un certificat du Bureau d'Hygiène de la Mairie et la photo de leur magasin. Il a pour but d'engager les poissonniers à soutenir la propagande et de garantir à leur clientèle, que les magasins de ces poissonniers observent les règles de l'hygiène.

Le Calendrier perpétuel, qui a pour but d'inciter les poissonniers à annoncer le poisson du jour. Il est accompagné de dix tirettes portant vingt noms de poissons courants et le poissonnier doit mettre la tirette, qui correspond à l'annonce de la radio.

L'Affiche illustrée en couleurs, qui a pour texte la phrase suivante :

« Une tranche de gros poisson, un poisson moyen ou deux petits poissons sont plus nourrissants et coûtent moins cher qu'une portion de viande. »

Les Tableaux de poissons, qui représentent les 42 clichés du « Livre de Recettes ». Ils sont destinés à être affichés dans les poissonneries, afin que les ménagères puissent reconnaître les différents poissons, qu'elles ignorent généralement.

Les Cartes postales, représentant les 34 principaux poissons courants avec une recette pour chacun.

Les Tracts de propagande, comprenant des renseignements, recettes et conseils.

Nous recevons tous les jours des commandes pour ce

matériel publicitaire, ce qui prouve que les poissonniers le jugent efficace.

III. — DEMONSTRATIONS CULINAIRES

Après avoir atteint les consommateurs par la radio et les poissonniers par le journal, il faut toucher les ménagères par les démonstrations culinaires.

Ce moyen de propagande est indispensable, car si l'on ne consomme pas plus de poisson, c'est parce que les ménagères ne savent pas faire cuire les mêmes poissons de façons différentes.

Ces démonstrations culinaires sont organisées par le « Gaz de France » avec le concours du Comité. Elles sont gratuites et terminées par une tombola, qui comprend entre autres des lots de poissons.

Dans certains cas, les démonstrations sont suivies par une série de cours payants, où le démonstrateur fait travailler les ménagères, ce qui donne naturellement de très bons résultats.

Le Comité demande aux poissonniers de faire des ventes-réclames à l'occasion des démonstrations et il remet le panonceau à ceux qui ont apporté une certaine quantité de lots pour la tombola.

IV. — LIVRE DE RECETTES

Les démonstrations culinaires ne pouvant avoir lieu qu'en nombre réduit, il faut répandre les recettes de poissons d'une autre façon. Aussi, le Comité a édité un « Livre de recettes » faciles, qu'il vend aux poissonniers en l'annonçant dans le journal, aux ménagères, dans les démonstrations culinaires, et au public dans les Foires et Expositions.

En effet, il participe, selon ses moyens financiers, à différentes Foires et Expositions, où il expose trois jolis dioramas sur la pêche au chalut, au thon et à la sardine et où il projette un film documentaire *Marée fraîche*, qui accompagne les conférences.

V. — PROPAGANDES DIVERSES

Le Comité a entrepris une campagne de propagande auprès des enfants, en éditant un film pédagogique sur *La Pêche et le Poisson*, qui a été envoyé à 5.000 écoles, et qui doit être commenté par l'instituteur.

Il organise des conférences et démonstrations culinaires spéciales pour les directeurs, économes, gestionnaires et intendants des établissements hospitaliers et des établissements d'enseignement public et privé, ainsi que pour les cadres de l'enseignement ménager et de l'enseignement familial.

Enfin, l'hiver dernier, le Comité a organisé, à l'Institut Océanographique de Paris, un « Congrès international d'études sur le rôle du poisson dans l'alimentation », sous la présidence du Professeur André Mayer, président du Comité français de la F.A.O.

Ce Congrès, dont la dernière journée a été présidée par notre éminent ami M. J. Van Hal, a remporté un très grand succès.

Il avait pour but de faire étudier le poisson par les docteurs, les hygiénistes et les nutritionnistes. Le poisson ne doit plus, en effet, être considéré dans certains milieux comme un « facteur d'urticaire », mais bien comme un aliment complet, aussi nourrissant que la viande et plus facile à digérer.

Ses qualités doivent le faire recommander, non seulement dans l'alimentation des individus, mais aussi dans l'alimentation des collectivités.

D'éminents rapports ont magistralement traité les importantes questions des protides, des principes vitaminiques et des aliments minéraux du poisson ; de la valeur alimentaire des huiles de poisson ; du rôle du poisson en diététique, de l'allergie du poisson ; du salage, du fumage, de la déshydratation, conservation et réfrigération du poisson ; de l'utilisation des sous-produits du poisson, c'est-à-dire des huiles, des aliments protidiques liquides et des protides de farine ; de la part du poisson dans l'alimentation familiale, dans les cantines scolaires et dans l'armée ; de l'altération et de la préservation du poisson ; des transports et de la propagande.

Ces rapports ont été réunis en un volume, qui a été édité par le Comité de Propagande.

A la suite du rapport sur la propagande en France, j'ai eu l'honneur d'émettre le vœu qu'une Commission spécialisée du Poisson soit constituée à côté des Commissions du Pain, du Lait, des Corps gras et des Boissons, au Centre national de Coordination des Etudes et Recherches sur la Nutrition et l'Alimentation.

Cette Commission, qui vient d'être créée, comprend les quatre sous-commissions suivantes :

- 1) Fixation des normes pour la distribution du poisson frais au détail et méthodes de propagande pour faire accepter ces normes ;
- 2) Produits solubles, huiles et farines de poisson ;
- 3) Conservation et valeur alimentaire du poisson ;
- 4) Développement de la consommation du poisson dans les territoires d'Outre-Mer.

Voici, Messieurs, le résumé des travaux accomplis par notre Comité de Propagande.

J'espère que les échanges d'idées, que nous avons de temps à autre avec le Comité belge, nous aideront à développer de plus en plus la consommation du poisson dans nos deux pays respectifs.