



Journée Mondiale contre le Paludisme

« Dabo l'ambassadeur », prévenir le paludisme grâce à un dessin animé



212 millions de cas diagnostiqués dans le monde en 2015⁽¹⁾

90% des cas de paludisme surviennent en Afrique subsaharienne⁽¹⁾

1 enfant y meurt toutes les deux minutes⁽¹⁾

Le paludisme est un problème majeur de santé publique, en particulier en Afrique subsaharienne. Transmise à l'homme par des piqûres de moustique, cette maladie tue aujourd'hui un enfant toutes les deux minutes dans cette région du monde.

Aujourd'hui, pour élargir sa gamme d'outils éducatifs et célébrer la Journée Mondiale de lutte contre le Paludisme, Sanofi lance le dessin animé « [DABO L'AMBASSADEUR](#) ». Ce nouveau dispositif de prévention, qui permet de toucher un plus grand nombre d'enfants, a été testé en Côte d'Ivoire et au Kenya et a montré des résultats très positifs : par exemple, plus de 97% des enfants interrogés ont appris des choses nouvelles sur le paludisme⁽²⁾.

Ce dessin animé sera diffusé sur des chaînes de télévision TV5 Monde Afrique et Tivi5 Jeunesse ce jour :

- **TV5 Monde Afrique à 15 heures GMT (heure de Dakar) – Canal 25**
- **TIVI5 Jeunesse à 09h50 GMT avec une rediffusion à 18h45 GMT- Canal 71**

Des outils pour apprendre en s'amusant

En collaboration avec ses partenaires sur le terrain, Sanofi propose une gamme complète d'outils ludo-éducatifs sur le paludisme pour sensibiliser les enfants d'Afrique subsaharienne et transmettre les messages clés de prévention : jeu de plateau, boîte à images, contes, jeu de cartes sont autant de manières différentes et complémentaires de comprendre et d'apprendre sur le paludisme tout en s'amusant.

En ligne avec la stratégie de l'OMS (Organisation Mondiale de la Santé) et de la Communauté Internationale, dont l'objectif est d'atteindre un monde sans paludisme à horizon 2030, Sanofi est un acteur majeur dans la lutte contre ce fléau depuis des décennies.

Parce que les enfants sont les premières victimes du paludisme et qu'ils sont les adultes de demain, Sanofi les met au cœur de sa stratégie de communication pour changer les comportements.

Sources : 1. OMS Aide-mémoire N°94 Décembre 2016 ; 2. IPSOS – enquêtes réalisées en Côte d'Ivoire et au Kenya auprès d'échantillons de 210 et 200 enfants âgés de 7 à 12 ans – Dec 2016



World Malaria Day

« Eddy the ambassador », preventing malaria through an awareness cartoon



212 million malaria cases worldwide in 2015⁽¹⁾

90% of malaria cases occur in sub-Saharan African countries⁽¹⁾

1 child dies from malaria every 2 minutes in this region⁽¹⁾

Malaria is a major public health problem, particularly in sub-Saharan Africa. Transmitted to humans by mosquito bites, this disease kills a child every two minutes in this part of the world.

Today, to broaden this range of tools and to celebrate World Malaria Day, Sanofi is launching "[EDDY THE AMBASSADOR](#)", a new cartoon. This new educational tool, which aims to reach a greater number of children, has been tested in Côte d'Ivoire and Kenya and has shown very positive results: for example, more than 97% of the children surveyed learned new things about malaria (2).

This cartoon will be broadcasted on TV5 Monde Africa and Tivi5 Jeunesse today:

- **TV5 Monde Afrique at 3.00 PM GMT – Channel 25**
- **TIVI5 Jeunesse at 09.50 AM GMT with a rebroadcast at 6.45 PM GMT- Channel 71**

Learning while having fun

In collaboration with its local partners, Sanofi offers a complete range of malaria edutainment tools to raise awareness among children of sub-Saharan Africa and so that they spread key malaria prevention messages: board game, flipchart, story books, card game are so many different and complementary ways to understand and learn about malaria while having fun.

Sanofi has been a major player in the fight against malaria for decades. In line with the WHO (World Health Organization) and the International Community strategy, it aims to achieve a world without malaria by 2030. Children are the first victims of this disease and they are also tomorrow's adults; this is why Sanofi puts them at the heart of its behavior change communication strategy.

Sources : 1. WHO Fact sheet N°94 December 2016 ; 2. IPSOS – survey made in Côte d'Ivoire and Kenya towards a panel of 210 and 200 children aged 7- 12 years – Dec 2016