

VIOLATIONS DU DECRET AU BURKINA FASO



Protection de l'allaitement

Afin de surveiller la protection de l'allaitement au BURKINA FASO, une enquête a été faite en 2015 sur les violations du *Code international de commercialisation des substituts du lait maternel* et de la loi en vigueur au BURKINA, par l'Association pour la Promotion de l'Alimentation Infantile au Burkina Faso (APAIB), en collaboration avec le Bureau régional de Coordination de IBFAN Afrique francophone.

Le Burkina Faso, à travers l'adoption du *Décret N°93-279/PRES/SASF/MICM portant commercialisation et pratiques y afférentes des produits de substitution du lait maternel*, a partiellement mis en œuvre le Code International. Ce Décret est en vigueur depuis le 27 septembre 1993.

Progrès insuffisants

Le taux de l'allaitement exclusif (0 – 5 mois) au niveau national, selon l'enquête SMART 2014, est de 50.1%, une bonne augmentation depuis 2010 (25%), mais certaines régions du pays montrent des niveaux bien plus bas (moins de 30%).

La durée de l'allaitement a été améliorée également, avec un taux de 94,7% d'enfants de 12 à 15 mois encore allaités. Par contre, l'émaciation est à la hausse comparativement à l'année 2013 (*Enquête Nutritionnelle Nationale SMART 2014*).

L'allaitement exclusif pendant les premiers 6 mois est vivement recommandé par l'OMS et UNICEF; ensuite l'allaitement doit se poursuivre jusqu'à deux ans ou plus, tout en donnant des aliments de complément.

Cette enquête examine le rôle que joue la promotion commerciale.

L'enquête a découvert que les violations du Décret demeurent encore trop nombreuses, surtout concernant la promotion de produits au public (magasins, pharmacies et panneaux publicitaires).

Partout, devant et à l'intérieur des pharmacies, il y a des panneaux et des affiches faisant la publicité pour **Cérelac**, pour **Blédina** (depuis des années et sans autorisation ...)

PROMOTION
AU
PUBLIC



Panneau publicitaire «**CERELAC**», indiquant une Pharmacie de Garde, la pharmacie Kouma, Ouagadougou.
[image 20 novembre 2015]



Panneau publicitaire «**Blédina**», à l'entrée de la pharmacie de l'hôpital Yalgado, Ouagadougou.
[image 20 novembre 2015]

Article 35 du Décret* a établi la règle suivante: "Les messages publicitaires sous quelque forme que ce soit sur les produits visés par le présent Décret et destinés aux nourrissons de plus de 6 mois sont soumis obligatoirement à l'approbation du Ministre chargé de la Santé."

Le Ministre aurait-il donné son approbation aux panneaux publicitaires comme ceux-ci, devant les pharmacies ?

L'APAIB s'en doute fort !



Affiche publicitaire, «**CERELAC**», au Supermarché Moderne de la Paix, Bobo-Dioulasso. [vue le 30 mai 2015]

Publicité sans approbation du Ministre de la Santé (Art. 35). Même si elle a 6 mois, ce beau bébé idéalise le produit qui fait concurrence à la bouillie traditionnelle.



Étalages spéciaux de produits de **Nestlé** et de **Picot**, à la Pharmacie des écoles au quartier Dapoya à Ouagadougou. [image vue le 20 mai 2015]

L'étagère **Picot** avec plusieurs produits montre aussi une bannière pour biberon qui dit "dès 4 mois". La même phrase et la même couleur est retrouvée sur ce produit: "Mes 1ères Céréales" promu à partir "dès 4 mois" ce qui est contraire aux recommandations de l'OMS.

Exposition de produits «**Picot**» à la pharmacie Songtaaba à Ouagadougou. [image du 1er juin 2015]



Ces étagères spéciales de **Nestlé** et **Picot** sont promotionnelles et en violation du Code ainsi que du Décret du Burkina Faso.

Les mascottes, l'ours bleu de **Nestlé** et le lapin **Picot** semblent fiers d'annoncer l'étendu et la variété des produits de leurs firmes.

Le Décret du Burkina Faso (basé sur le Code international) est explicite:

Article 18: *Il ne doit pas y avoir ni publicité, ni aucune autre forme de promotion auprès du grand public de produits visés par le présent décret et destinés aux nourrissons de moins de 6 mois.*

Article 20: Le Décret interdit également ... *toute autre pratique promotionnelle, comme des étagères spéciales.*

Ce "B" tout grand et gras sur les sachets CERELAC est le logo pour bifidus, un ingrédient probiotique ajouté aux céréales. L'adjonction en soi n'est pas un problème, mais le logo est devenu un symbole de qualité et se retrouve également sur d'autres produits comme le NAN, préparation pour nourrissons, et il idéalise tous les produits (promotion croisée).



Panneaux publicitaires «CERELAC» à l'entrée de la pharmacie de l'aéroport de Ouagadougou [oct. 2015]

La petite fille adorable idéalise ce Cérélac qui proclame "Heureux à l'extérieur, Protégés de l'intérieur".

Commercialisation inappropriée NIDO & NIDO
Deux produits différents mais avec le même nom.
Nestlé sème la confusion et cherche à vendre à tout prix.



Le lait de croissance NIDO 1-3 est libellé à partir de 12 mois et jusqu'à 36 mois, donc bien dans la période recommandée pour l'allaitement. Sans doute, les mères qui souhaitent le meilleur pour leurs bébés, voudront acheter ces laits de croissance.

L'autre NIDO est un lait en poudre ordinaire (pour mettre dans le café ou thé). Comme il est bien moins cher que le NIDO de croissance, les parents seront tentés de remplacer celui-ci. Après tout, la publicité du NIDO ordinaire dit que c'est "la meilleure nutrition" et "votre amour, leur avenir".



Publicité pour NIDO au dessus d'une boutique à Bendogo (mai 2015).



Promotion du lait NIDO à Marina Market, Ouagadougou, mai 2015.

Achetez 2 NIDO
Recevez un cadeau !

La meilleure nutrition accessible à tous



www.behance.net

Comment vendre aux pauvres dans un des pays les plus pauvres d'Afrique ?

La stratégie PPP de Nestlé: Produits à Prix Populaire, vise à atteindre la population la plus pauvre avec des produits en petits emballages, comme ces sachets NIDO de 20g qui ne coûtent que CFA 150 (US\$0,25), suffisant pour tout juste un biberon.

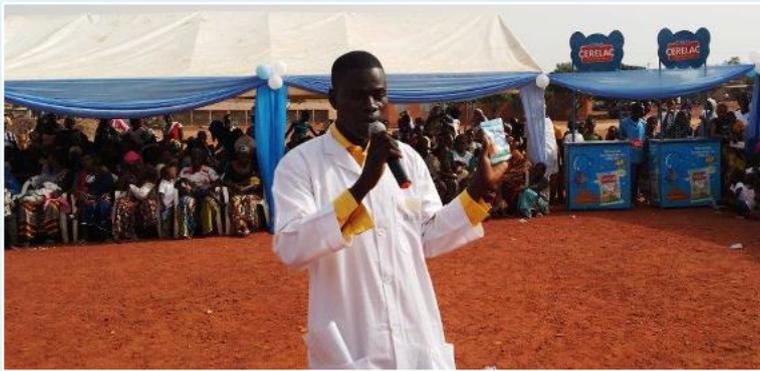
Le Rapport sur le développement, publié par le PNUD le 14 décembre 2015, révèle que 44,5% de la population Burkinabée subsiste sur US\$1,25 par jour, l'équivalent de 5 sachets NIDO et ... rien d'autre. Les bouillies traditionnelles à base de sorgho ou

de mil produites localement coûtent bien moins cher que ces « Produits à Prix Populaires », mais ne sont pas valorisées car personne n'en fait la publicité.



Enorme panneau publicitaire sur la route de Fada près de l'hôpital Yalgado, montrant mère et enfants heureux avec NIDO.
« Une tasse par jour, la santé toujours »

“La solution” avec Nestlé CERELAC Mil ? Ou concurrence avec la nourriture locale ?



Nestlé Burkina Faso fait “l'éducation” des mères sur l'importance d'une bonne nutrition ... à travers sa marque **Cerelac**.

Le Décret manque des précisions apportées par les résolutions ultérieures de l'AMS, concernant le parrainage, le risque de Conflit d'intérêts et la commercialisation inappropriée.

PARRAINAGE

CONFLIT
D'INTERETS

- Le site web de Nestlé rapporte: Du 29 Avril au 27 juin 2015, Nestlé a organisé des «forums **Cerelac** mères» à Ouagadougou, Bobo-Dioulasso, Ouahigouya. Marqués par la présence de professionnels de la santé, ces événements ont été suivis par plus de 4.600 mères. La transition de l'allaitement exclusif à des aliments de famille, est une période où commence la malnutrition chez les nourrissons.
- Donc, implicitement, la consommation de **CERELAC** aiderait à prévenir la malnutrition ?
Un sachet de 50g coûte CFA250 (US\$0.40).
- En 2014 déjà, la Société Burkinabè des Pédiatres (SOBUPED) avait autorisé Nestlé de faire la promotion d'un nouveau produit: **Cerelac Mil**. Le symposium, tenu le 10 Juillet 2014 fut titré comme “La solution avec Nestlé **Cerelac Mil**”. Solution à la malnutrition ?



Symposium, 10 juillet 2014 avec SOBUPED
“La solution avec Nestlé **CERELAC Mil**”

Ce produit est encore un des PPP, vendu dans des sachets de 50g.

Nestlé a aussi sponsorisé le 1er congrès de l'Ordre des Sages-femmes/ Maïeuticiens du Burkina Faso du 27-29 mai 2015.

Recommandations :

- Assurer un suivi périodique du respect des réglementations et lois en matière de commercialisation des produits visés par le Décret. Le Décret de 1993 n'est pas appliqué avec rigueur, notamment ses articles 14,18, 20 et 35.
- Mettre à jour le Décret Burkinabè de 1993 qui n'est plus suffisamment adapté aux techniques et pratiques de commercialisation actuelles. Depuis 1993 l'Assemblée Mondiale de la Santé a approuvé au moins 10 résolutions visant de nouveaux produits et nouvelles techniques commerciales. Le Burkina Faso a souscrit à toutes ces résolutions, qui ont la même valeur juridique que le Code international. Il est temps que le Décret burkinabè soit mis à jour.
- Réaliser des activités de plaidoyer au parlement pour l'adoption d'une mise à jour du Décret et d'un règlement d'application de celui-ci.
- Former le personnel des institutions publiques, du secteur privé (magasins, pharmacies, cliniques) et de la société civile (Associations de défense du consommateur, APAIB, etc.) sur le sens du Code international et de la législation nationale et sur la mise en œuvre de ceux-ci.
- Mettre en œuvre des actions pertinentes afin de booster l'allaitement vu son impact sur l'état nutritionnel et partant, la réduction de la morbidité et la mortalité infantile juvénile.

Publié par:



www.ibfan.org



www.gifa.org/afrique

Avec le soutien de la Ville et du Canton de Genève

