

REGARDEZ CE QU'ILS FONT AU NIGER

VIOLATIONS DU CODE AU NIGER

Résultats de l'enquête sur l'application du Code International de Commercialisation des Substituts du Lait Maternel et de l'Arrêté No 00215 du 27 juillet 1998 du Ministère de la Santé Publique

Le Groupe d'Action Pour l'Alimentation Infantile au Niger (GAPAIN) a mené une enquête pour évaluer la mise en oeuvre du Code et de l'Arrêté dans les districts sanitaires et les pharmacies des communes III et IV à Niamey. Ce travail a été fait dans le cadre de la mise en oeuvre du projet *Promotion de l'alimentation du nourrisson et du jeune enfant (ANJE) 2014-2015* au Burkina Faso, Gabon et Niger. Ce projet est soutenu par la Ville et le Canton de Genève et supervisé par le bureau régional IBFAN Afrique, en collaboration avec l'Association Genevoise pour l'Alimentation Infantile (GIFA).

Malgré le fait que l'allaitement soit une pratique quasi-universelle au Niger, avec 93% des enfants de 12-15 mois encore allaités et une durée médiane d'allaitement de 20.5 mois, moins d'un enfant sur 4 est allaité exclusivement jusqu'à 6 mois, moins d'un enfant sur 2 est allaité dans l'heure qui suit la naissance et 3% des nourrissons ont reçu un biberon entre 0-5 mois (EDSN/MISC 2012). Les pratiques non-optimales d'allaitement ont des conséquences importantes sur la survie, la santé et le développement de l'enfant et, au Niger, la mortalité infantile est élevée, presque un enfant sur 2 souffre de malnutrition chronique et 18% des enfants de moins de 5 ans de malnutrition aïgue. Un des obstacles majeurs à l'allaitement est la commercialisation agressive des substituts du lait maternel, biberons et tétines, qui influence les jeunes mères et les parents, surtout dans les zones urbaines, de plus en plus peuplées.

Malheureusement les violations du Code ainsi que de l'Arrêté demeurent nombreuses:

- promotion de produits au grand public (magasins, pharmacies et panneaux publicitaires),
- promotion de produits dans certaines structures sanitaires publiques et privées,
- affiches idéalisant les Substituts du Lait Maternel (SLM) et des dépliant (avec des contenus souvent erronés) distribués aux agents de santé et à des mères ...

Dans toutes les pharmacies de Niamey, nous avons vu les images (affiches et présentoirs) faisant la promotion de **France Lait**, du **Cérelac** et de **Picot**

PROMOTION
AU
PUBLIC



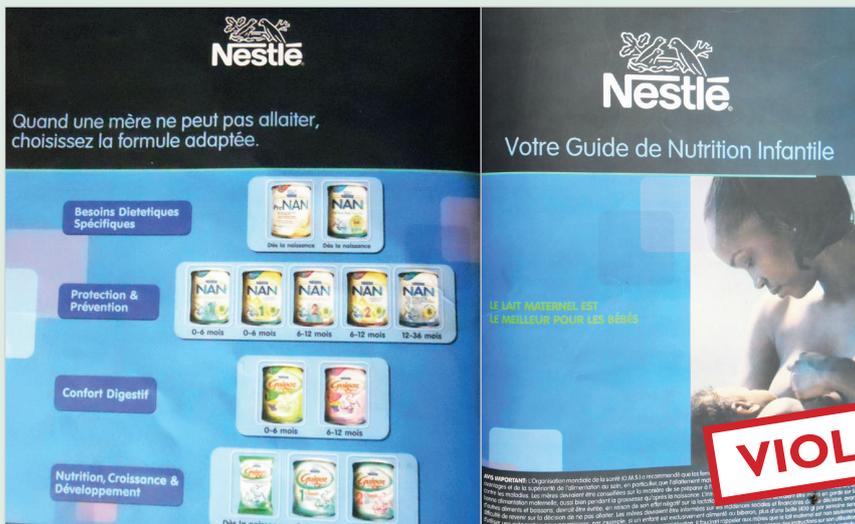
Affiches faisant la promotion de **France Lait**, idéalisant les produits avec la photo d'une mère radieuse et d'un enfant content



Affiches publicitaires de **CERELAC**, **Picot** et **Blédina** images idéalisant les produits

[toutes ces affiches ont été vues, le 30 mai 2015, à la pharmacie Jangorzo, Niamey]

PROMOTION
DANS LES
STRUCTURES
DE SANTE



Brochure Nestlé pour parents « Votre guide de nutrition infantile » avec images de tous leurs laits industriels: du premier âge aux laits de croissance
 “Quand une mère ne peut pas allaiter choisissez la formule adaptée”



Brochure Nursie promouvant nouveaux laits “expertise”
 Nursie 1 & 2 de 0 - 6 mois et de 6 -12 mois.

VIOLATION

Ces dépliants publicitaires des produits Nan et Guigoz, Nursie, Blédine et Cérélac sont retrouvés avec les agents de santé un peu partout dans les structures de soins au Niger.



VIOLATION

Blédine fait la promotion pour céréales (dès 4/6 mois) et pour d'autres aliments de complément.

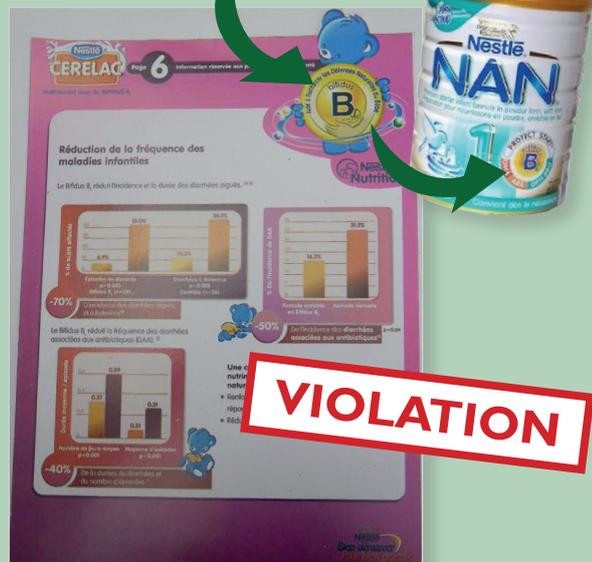
En plus, d'après l'étiquette de ce même produit “Ma Mère Blédine”, se donne au biberon, également en violation du Code.



(image internet Niger)

Promotion croisée

Ce “B” tout grand et gras sur la promotion 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 promotion de qualité qui se retrouve également sur des laits pour nourrissons. Du coup, promouvoir le Cérélac avec bifidus égale promouvoir les laits infantiles Nestlé. C'est une forme de « promotion croisée ».



VIOLATION

Code International

Art 5.1: Il ne devrait y avoir ni publicité, ni aucune autre forme de promotion auprès du grand public de produits visés par le présent Code.

Art 5.3: ... ni aucune autre pratique du commerce de détail, telle qu'étalages spéciaux, ...

Arrêté No 00215 MSP (1998)

Article 5: Toute forme de publicité sur les produits de substitution du lait maternel, les tétines et les biberons est formellement interdite sur l'ensemble du territoire.

Article 6: Toute représentation de nourrissons ou d'autres illustrations de nature à idéaliser l'alimentation artificielle du bébé est interdite dans les formations sanitaires et autres lieux publics.

La publicité des marques....

Partout, à l'intérieur des centres de commerces, des boutiques et des pharmacies, des présentoirs remis sous forme de gadgets servent de lieu d'entreposage des SLM.

PROMOTION
AU
COMMERCE
DE DETAIL



VIOLATION



"Le lait maternel est meilleur" - Nestlé ... mais "quand une mère ne peut pas ..."



VIOLATION



Ironie ! France Lait a donné tant d'étagères qu'elles sont utilisées pour des laits Nestlé



VIOLATION





L'enquête s'est déroulée en plusieurs étapes:

- Rencontre préparatoire de tous les acteurs, suivie d'une journée de formation des enquêteurs et superviseurs,
- Prise de contact et information des autorités politico-administratives et sanitaires pour leur accord et adhésion,
- La phase de collecte a permis de visiter 10 pharmacies et 20 centres de santé des districts 3 et 4 (Niamey),
- Le traitement, l'analyse des données d'enquête et l'élaboration du rapport.

Cette enquête entreprise sur le terrain nous a permis de constater qu'il existe des violations de l'Arrêté. Ces infractions ont été constatées notamment au niveau de la promotion au public et dans les services de santé.

Recommandations:

- Entreprendre des actions de plaidoyer à tous les niveaux afin de réduire l'impact négatif de la commercialisation aux parents.
- Former et sensibiliser les acteurs de la mise en oeuvre de l'Arrêté et du Code au niveau des institutions publiques, du secteur privé (pharmaciens, cliniques médicales, etc.) et de la société civile (Association de défense des consommateurs, GAPAIN, ...).
- Assurer un suivi périodique du respect des réglementations et lois sur la commercialisation des SLM.
- Entreprendre des activités d'IEC sur la réglementation de la commercialisation des SLM.
- Etendre la campagne pour l'allaitement exclusif dans toute la région de Tillabéri.

Publié par:



Avec le soutien de la Ville et du Canton de Genève

