

DÉONTOLOGIE ET CODE SITUATIONS CONCRÈTES

Les noms féminins incluent le genre masculin et vice versa



1

LE CODE INTERNATIONAL DE COMMERCIALISATION DES SUBSTITUTS DU LAIT MATERNEL : QUESTIONS FRÉQUEMMENT POSÉES SUR LES RÔLES ET RESPONSABILITÉS DES TRAVAILLEURS DE LA SANTÉ

Traduction en français par GIFA Geneva Infant Feeding
Association. Juin 2020

Britta Boutry-Stadelmann

Contact bst.boutry@gmail.com

Text original

<https://www.who.int/publications/i/item/9789240005990>



3

RESPONSABILITÉS DES PROFESSIONS DE LA SANTÉ (PS)



4

RESPONSABILITÉS DES PROFESSIONS DE LA SANTÉ (PS)

- Rôle clé pour informer les familles sur l'alimentation du nourrisson et du jeune enfant (ANJE)
- Vecteur d'informations fournies par l'industrie (PPN*, formules spécialisés, laits de suite, laits de croissance (FUF and GUM).
- 19 questions-réponses aident à se positionner en tant que professionnel de santé.

*PPN préparations pour nourrissons. Ce terme souligne que ce ne sont pas des « laits » mais des produits industriels ultra-transformés



5

1. QU'EST-CE QUE « LE CODE »

6

1. QU'EST-CE QUE « LE CODE »

- rédigé 1981
- assure que les préparations pour nourrissons sont disponibles et préparées dans de bonnes conditions, sans en faire la promotion
- traite du rôle et de la responsabilité des professionnelles de santé (PS) et souligne qu'il leur incombe de se familiariser avec le Code
- régulièrement mis à jour par les Résolutions de l'AMS

7

2. CODE 1981 – EST-IL ENCORE VALABLE ?

8

2. CODE 1981 – EST-IL ENCORE VALABLE ?

- Les 11 articles sont toujours valables à ce jour car les enjeux de protection restent les mêmes.
- Pour clarifier et adapter le Code, des Résolutions sont votées par l'Assemblée mondiale de la santé (AMS).
- En 2018 p.e., la Résolution demanda instamment aux pays de continuer à implémenter le Code.
- Le « Status of the Code Report 2022 » fait un état des lieux.
- Les canaux de publicité se diversifient.
- L'industrie élargit sa gamme (0-36 mois).
- Emballages créent confusion – marketing croisé.

9

3. UN CODE POUR LES FABRICANTS, PAS LES PS ?

10

3. UN CODE POUR LES FABRICANTS, PAS POUR LES PS ?

- Le Code s'adresse aux gouvernements, PS, fabricants et toute personne qui a la responsabilité de protéger, promouvoir et soutenir l'allaitement.
- Votre rôle comme PS est d'informer et de permettre à la mère de prendre une décision informée, sans biais et sans influence commerciale.
- Le Code interdit toute promotion de tout substitut du lait maternel (0-36 mois).
- Le Code recommande aussi comment se protéger contre l'influence industrielle.

11

4. COMMENT LES PS SONT-ILS UTILISÉS PAR L'INDUSTRIE ?



12

4. COMMENT LES PS SONT-ILS UTILISÉS PAR L'INDUSTRIE ?

- Les pratiques commerciales comprennent livraisons et échantillons gratuits, cadeaux, formations, conférences et réunions sponsorisées.
- Les fabricants ciblent les PS pour placer leurs produits, construire des relations et offrir des incitations.
- Cela menace indépendance, intégrité, crédibilité



13

5. JE TRAVAILLE DANS UN HÔPITAL DANS UN QUARTIER PAUVRE – POURQUOI NE PAS ACCEPTER DES PRÉPARATIONS POUR NOURRISSONS GRATUITES ?



14

5. JE TRAVAILLE DANS UN HÔPITAL DANS UN QUARTIER PAUVRE – POURQUOI NE PAS ACCEPTER DES PRÉPARATIONS POUR NOURRISSONS GRATUITES ?

- L'expérience montre que fournir des préparations pour nourrissons gratuitement et sans régulation sape l'allaitement.
- Les fabricants les donnent gratuitement pour fidéliser les parents à la marque, pas par générosité.
- Toute fourniture gratuite de substituts du lait maternel est interdite, pour ces raisons.



15

6. BEAUCOUP DE NOS PATIENTS N'ONT PAS
LES MOYENS DE S'ACHETER DES PPN.
POURQUOI NE PUIS-JE PAS DONNER DES
ÉCHANTILLONS GRATUITS ?

16

6. BEAUCOUP DE NOS PATIENTS N'ONT PAS
LES MOYENS DE S'ACHETER DES PPN.
POURQUOI NE PUIS-JE PAS DONNER DES
ÉCHANTILLONS GRATUITS ?

- Le Code stipule que les PS ne devraient pas donner des substituts du lait maternel.
- Tout don de PPN interfère avec l'allaitement.
- Les échantillons donnent un faux message d'encouragement à les utiliser (« le loup dans la bergerie »).
- Ensuite, malgré leur budget serré, la famille continue à acheter ces produits / la marque.
- En donnant des échantillons, les PS cautionnent cet engrenage.

17

7. PUIS-JE UTILISER AFFICHES,
CALENDRIERS, STYLOS ETC. DONNÉS PAR
LES FABRICANTS D'ALIMENTS POUR BÉBÉS ?



18

7. PUIS-JE UTILISER AFFICHES,
CALENDRIERS, STYLOS ETC. DONNÉS PAR
LES FABRICANTS D'ALIMENTS POUR BÉBÉS ?

- Non. Aucun cadeau de la part des fabricants n'est permis.
- Tout cadeau, quelque modeste qu'il soit, crée un sentiment d'obligation morale.
- C'est un rappel permanent de la marque.
- Le PS véhicule le message de l'industrie vers les parents.
- Le prestige du PS donne du prestige aux produits, à la marque et aux fabricants de substituts du lait maternel.



19

8. JE REÇOIS DU CHOCOLAT DE LA PART
DES REPRÉSENTANTS DE L'INDUSTRIE
– PUIS-JE LE DONNER À MES ENFANTS ?

20

8. JE REÇOIS DU CHOCOLAT DE LA PART
DES REPRÉSENTANTS DE L'INDUSTRIE
– PUIS-JE LE DONNER À MES ENFANTS ?

- Même un cadeau innocent comme du chocolat a un impact sur le subconscient.
- Sentiment de loyauté, de gratitude, image positive.
- Cela mène, sans le vouloir, à promouvoir une marque.
- Les stratégies marketing sont subtiles, éprouvées et efficaces... (le budget est justifié...)
- Les PS ne sont pas à l'abri. On est moins « libre » et moins « objectif » qu'on ne le croit.

21

9. PARFOIS JE REÇOIS DU MATÉRIEL DE PAPETERIE, DES STYLOS, C'EST UTILE. EST-CE CONTRAIRE AU CODE DE LES ACCEPTER ?



22

9. PARFOIS JE REÇOIS DU MATÉRIEL DE PAPETERIE, DES STYLOS, C'EST UTILE. EST-CE CONTRAIRE AU CODE DE LES ACCEPTER ?

- Oui, c'est contraire au Code.
- Accepter des cadeaux de la part de l'industrie des aliments pour bébés n'est pas permis.
- Ces articles comportent des logos qui peuvent faire croire que vous, PS, appuyez cette firme.



23

10. UN FABRICANT ORGANISE UN
ÉVÈNEMENT DANS MON ÉTABLISSEMENT
POUR LES PARENTS, AVEC DES PRIX À
GAGNER. EST-CE EN ORDRE ?

24

10. UN FABRICANT ORGANISE UN
ÉVÈNEMENT DANS MON ÉTABLISSEMENT
POUR LES PARENTS, AVEC DES PRIX À
GAGNER. EST-CE EN ORDRE ?

- Non, ce n'est pas acceptable.
- En acceptant l'intervention des fabricants, l'établissement fait la promotion des produits plutôt que la promotion de la santé.
- Le Code est clair : les représentants ne doivent pas avoir de contacts – directs ou indirects – avec les femmes enceintes ou les mères et leurs enfants, leurs familles.

25

11. POUVONS-NOUS ACCEPTER DES DONS
D'ORDINATEURS PORTABLES DE SOCIÉTÉS
D'ALIMENTS POUR BÉBÉS POUR ÊTRE UTILISÉS DANS
NOS CLINIQUES TANT QU'ILS N'ONT PAS DE LOGO DE
LA SOCIÉTÉ ?

26

11. POUVONS-NOUS ACCEPTER DES DONS
D'ORDINATEURS PORTABLES DE SOCIÉTÉS
D'ALIMENTS POUR BÉBÉS POUR ÊTRE UTILISÉS DANS
NOS CLINIQUES TANT QU'ILS N'ONT PAS DE LOGO DE
LA SOCIÉTÉ ?

- Même problème d'influence et d'impartialité
- Sentiment d'obligation
- Loyauté subtile
- Image positive de l'industrie risque d'être au détriment de l'allaitement

27

12. EST-IL ACCEPTABLE QUE DES FABRICANTS D'ALIMENTS POUR BÉBÉS METTENT LEUR PUBLICITÉ DANS NOTRE SALLE D'ATTENTE ?

28

12. EST-IL ACCEPTABLE QUE DES FABRICANTS D'ALIMENTS POUR BÉBÉS METTENT LEUR PUBLICITÉ DANS NOTRE SALLE D'ATTENTE ?

- Non, ce n'est pas acceptable.
- Le Code stipule que les établissements de santé ne doivent pas être utilisés comme plate-forme publicitaire pour des produits couverts par le Code.
- Cela concerne tous les aliments qui servent de substituts au lait maternel (jus, tisane, mais aussi céréales au biberon etc.).

29

13. NOUS AVONS DES ÉTAGÈRES DE PRÉPARATIONS POUR NOURRISSONS DANS NOTRE HÔPITAL POUR LES BÉBÉS QUI NE PEUVENT PAS ÊTRE ALLAITÉS. DEVRIONS-NOUS INSTALLER UN RIDEAU POUR LES RECOUVRIR ?

30

13. NOUS AVONS DES ÉTAGÈRES DE PRÉPARATIONS POUR NOURRISSONS DANS NOTRE HÔPITAL POUR LES BÉBÉS QUI NE PEUVENT PAS ÊTRE ALLAITÉS. DEVRIONS-NOUS INSTALLER UN RIDEAU POUR LES RECOUVRIR ?

- Oui. Tout substitut du lait maternel stocké dans les hôpitaux, y compris dans les maternités, doit être conservé à l'abri des regards.
- Une armoire fermée ou des emballages neutres pourraient également être utilisés pour éviter toute promotion auprès des patients ou des membres du personnel.

31

14. EST-IL ACCEPTABLE DE DISTRIBUER DES BROCHURES DE PROMOTION DE L'ALLAITEMENT PROVENANT DE FABRICANTS D'ALIMENTS POUR BÉBÉS TANT QU'IL N'Y A PAS DE PUBLICITÉ POUR LEURS PRODUITS ?

32

14. EST-IL ACCEPTABLE DE DISTRIBUER DES BROCHURES DE PROMOTION DE L'ALLAITEMENT PROVENANT DE FABRICANTS D'ALIMENTS POUR BÉBÉS TANT QU'IL N'Y A PAS DE PUBLICITÉ POUR LEURS PRODUITS ?

- Non. Le Code n'autorise pas les entreprises d'aliments pour bébés à fournir directement ou indirectement aux parents et autres personnes s'occupant d'enfants, une formation sur l'alimentation des nourrissons et des jeunes enfants dans les établissements de santé.
- Les brochures seraient un moyen de fournir une formation.
- En outre, les brochures des entreprises d'alimentation pour bébés comportent souvent des images ou des messages implicites qui favorisent les produits commerciaux plutôt que l'allaitement.

33

15. MES PATIENTS ONT BESOIN D'UNE FORMATION SUR L'ALIMENTATION DES NOURRISSONS ET JE N'AI PAS ASSEZ DE PERSONNEL POUR DONNER DES COURS. LES ENTREPRISES D'ALIMENTS POUR BÉBÉS PEUVENT-ELLES M'AIDER SI ELLES NE FONT PAS LA PROMOTION DE LEURS PRODUITS ?

34

15. MES PATIENTS ONT BESOIN D'UNE FORMATION SUR L'ALIMENTATION DES NOURRISSONS ET JE N'AI PAS ASSEZ DE PERSONNEL POUR DONNER DES COURS. LES ENTREPRISES D'ALIMENTS POUR BÉBÉS PEUVENT-ELLES M'AIDER SI ELLES NE FONT PAS LA PROMOTION DE LEURS PRODUITS ?

- Non, elles ne peuvent pas. Les représentants des entreprises qui produisent des substituts du lait maternel ne sont pas autorisés à dispenser une formation dans les établissements de santé, directement ou indirectement, aux parents de nourrissons et de jeunes enfants.
- Si une mère doit utiliser un substitut du lait maternel, vous devez vous assurer que toute éducation est faite par une personne n'ayant aucun lien avec l'industrie d'aliments pour bébés.

35

16. JE DOIS AMÉLIORER MES CONNAISSANCES PROFESSIONNELLES. POURQUOI NE PUIS-JE PAS ACCEPTER UN FINANCEMENT D'UNE ENTREPRISE D'ALIMENTS POUR BÉBÉS POUR VOYAGER OU ASSISTER À DES CONFÉRENCES OU RÉUNIONS PROFESSIONNELLES ?

36

16. JE DOIS AMÉLIORER MES CONNAISSANCES PROFESSIONNELLES. POURQUOI NE PUIS-JE PAS ACCEPTER UN FINANCEMENT D'UNE ENTREPRISE D'ALIMENTS POUR BÉBÉS POUR VOYAGER OU ASSISTER À DES CONFÉRENCES OU RÉUNIONS PROFESSIONNELLES ?

- Le financement par les entreprises de l'alimentation pour bébés pour les voyages ou la participation à des conférences ou réunions professionnelles est un autre moyen pour l'entreprise d'essayer de vous influencer et de créer une relation dans laquelle vous vous sentez redevable envers elle.
- Il s'agit d'une forme d'incitation financière qui est interdite par le Code.

37

17. QUE DOIS-JE FAIRE SI UN REPRÉSENTANT D'UNE ENTREPRISE D'ALIMENTS POUR BÉBÉS ME DIT QUE L'ACCEPTATION D'ÉCHANTILLONS, DE CADEAUX OU D'INVITATIONS À DES CONFÉRENCES OU À DES PROGRAMMES D'ÉTUDES EST AUTORISÉE DANS LE PAYS ?

38

17. QUE DOIS-JE FAIRE SI UN REPRÉSENTANT D'UNE ENTREPRISE D'ALIMENTS POUR BÉBÉS ME DIT QUE L'ACCEPTATION D'ÉCHANTILLONS, DE CADEAUX OU D'INVITATIONS À DES CONFÉRENCES OU À DES PROGRAMMES D'ÉTUDES EST AUTORISÉE DANS LE PAYS ?

- Il est important pour vous, en tant que PS, de vous familiariser avec le Code lui-même ainsi qu'avec toute législation que votre pays peut avoir adoptée pour mettre fin à la promotion inappropriée des substituts du lait maternel.
- Ce n'est pas parce que votre pays n'a pas interdit ces cadeaux que leur acceptation est éthique ou appropriée.
- Le Code a une validité internationale pour mettre fin aux conflits d'intérêt.

39

18. COMMENT PUIS-JE OBTENIR PLUS D'INFORMATIONS SUR LA MANIÈRE DONT MON PAYS RÉGLEMENTE LA PROMOTION DES SUBSTITUTS DU LAIT MATERNEL ?

40

18. COMMENT PUIS-JE OBTENIR PLUS D'INFORMATIONS SUR LA MANIÈRE DONT MON PAYS RÉGLEMENTE LA PROMOTION DES SUBSTITUTS DU LAIT MATERNEL ?

- Votre établissement de santé doit mettre à disposition toute information sur la législation nationale relative au Code. En outre, l'OMS, l'UNICEF et IBFAN publient tous les deux ans des rapports sur les lois nationales relatives au Code dans les différents pays, que vous pouvez trouver sur le site web de l'OMS. (<https://www.who.int/publications/i/item/9789240048799>).
- Voir aussi le site web de GIFA <https://www.gifa.org/>
- Mais n'oubliez pas que vous avez, en tant que PS, des responsabilités en vertu du Code pour promouvoir, protéger et soutenir l'allaitement, que votre pays ait ou non adopté une législation sur le Code,
- Le Code vous demande de veiller à ce que les parents et leurs bébés soient protégés contre les pratiques commerciales des entreprises lorsqu'ils sont sous votre responsabilité.

41

19. QUE DOIS-JE FAIRE SI JE CONSTATE UNE PROMOTION DES SUBSTITUTS DU LAIT MATERNEL SUR MON LIEU DE TRAVAIL ?

42

19. QUE DOIS-JE FAIRE SI JE CONSTATE UNE PROMOTION DES SUBSTITUTS DU LAIT MATERNEL SUR MON LIEU DE TRAVAIL ?

- Lorsque vous avez connaissance d'activités qui enfreignent le Code dans votre établissement, vous devez les signaler à votre supérieur hiérarchique.
- Votre établissement peut avoir une procédure de signalement standard ou ce signalement peut faire partie des évaluations régulières d'amélioration de la qualité.
- En outre, dans de nombreux pays, le ministère de la santé a mis en place un système de surveillance dans le cadre duquel vous pouvez signaler les pratiques promotionnelles que vous observez. -> Promotion allaitement maternel suisse
- Les ONG ou les réseaux de la société civile, tel que l'International Baby Food Action Network (IBFAN), peuvent également vous aider à signaler les violations.

43

CONCLUSION

- Premier pas : avoir conscience des conflits d'intérêt et de votre position d'autorité.
- Avoir la responsabilité de la santé publique tout en faisant la promotion de produits constitue un conflit d'intérêt.
- Le *Collège royal des pédiatres anglais* (RCPCH) a décidé de refuser le financement de ses activités par l'industrie d'aliments pour bébés en février 2019.
- Le *British Medical Journal* (BMJ) a emboité le pas en 2019 refusant la publicité des fabricants de PPN.
- Conflits d'intérêt et la « règle des 3 i »

44

POUR ALLER PLUS LOIN

- Code international de commercialisation des substituts du lait maternel : questions fréquemment posées (OMS 4 avril 2017)
<https://www.who.int/fr/publications/i/item/WHO-NMH-NHD-17.1>
- Célébration des 40 ans du Code (webinaire) 2021
<https://www.globalbreastfeedingcollective.org/40th-anniversary-international-code-marketing-breast-milk-substitutes-event>
- WHO Code status Report 2022
<https://www.who.int/publications/i/item/9789240048799>

45