

FAQ 2020 - Le Code international de commercialisation des substituts du lait maternel et le rôle des professionnels de santé

Document en anglais 2020, traduction par Britta Boutry-Stadelmann, PhD, IBCLC, consultante pour GIFA. Version relue janvier 2023

Remerciements

Ce document a été préparé par Marcus Stahlhofer, Département de la santé de la mère, du nouveau-né, de l'enfant et de l'adolescent et du vieillissement de la population ; Laurence Grummer-Strawn, et Thahira Shireen Mustafa, Département de la nutrition et de la sécurité alimentaire, Organisation mondiale de la santé (OMS). Les contributions techniques ont été fournies par David Clark, Fonds des Nations unies pour l'enfance (UNICEF) ; et Patti Rundall, Baby Milk Action, International Baby Food Action Network (IBFAN).

Le Code international de commercialisation des substituts du lait maternel : Questions fréquemment posées sur les rôles et responsabilités des travailleurs de la santé¹

Les travailleurs de la santé ont un rôle essentiel à jouer dans l'éducation des mères et des autres personnes qui s'occupent des enfants en ce qui concerne l'alimentation des nourrissons et des jeunes enfants (ANJE). Il est également de leur responsabilité morale, juridique et professionnelle de protéger, promouvoir et soutenir une alimentation optimale.

Toutefois, les entreprises d'aliments industriels pour bébés utilisent souvent les travailleurs de la santé et les établissements de soins du monde entier comme vecteurs pour promouvoir les substituts du lait maternel tels que les préparations pour nourrissons, les préparations spécialisées, les préparations de suite ou les laits de croissance.

Ce document réunit les questions fréquemment posées et vise à fournir aux travailleurs de la santé des informations sur leurs rôles et leurs responsabilités spécifiques dans la protection des pratiques d'allaitement face à la promotion inappropriée des substituts du lait maternel par les entreprises d'aliments industriels pour bébés.

1. Qu'est-ce que le Code international de commercialisation des substituts du lait maternel ?

En 1981, l'Assemblée mondiale de la santé a adopté le Code international de commercialisation des substituts du lait maternel sous la forme d'un ensemble de recommandations visant à réglementer la commercialisation des substituts du lait maternel, des biberons et des tétines.

Le Code vise à garantir que les substituts du lait maternel soient disponibles en cas de besoin, mais qu'ils ne soient pas promus. Il souligne que, compte tenu de la

¹ Health workers : généralement traduit par "travailleurs de la santé" dans les publications OMS. Il serait plus précis et plus valorisant en français de traduire par "professionnels de la santé".

vulnérabilité particulière des nourrissons et des risques liés à des pratiques d'alimentation inappropriées, les pratiques de marketing habituelles ne sont pas adaptées aux substituts du lait maternel.

Le Code comprend un certain nombre de dispositions sur le rôle des travailleurs de la santé et des systèmes de santé et souligne que les travailleurs de la santé devraient se familiariser avec leurs responsabilités par rapport au Code.

2. Le Code a été rédigé il y a près de 40 ans. Est-il encore pertinent aujourd'hui ?

Oui, le Code reste aussi pertinent et important que lorsqu'il a été adopté en 1981, sinon plus. L'Assemblée mondiale de la santé a réitéré l'importance du Code à de nombreuses reprises au cours des 39 dernières années, le précisant et le complétant parfois par des résolutions ultérieures. Pas plus tard qu'en 2018, l'Assemblée a demandé instamment aux pays de continuer à mettre en œuvre le Code.

L'importance de l'allaitement maternel a été prouvée de nombreuses façons. Pourtant, la vente de substituts du lait maternel continue d'augmenter dans le monde entier, principalement en raison de nouvelles pratiques de marketing insistantes et très efficaces. Ces pratiques sapent sérieusement les efforts déployés pour protéger, promouvoir et soutenir l'allaitement maternel.

En plus de promouvoir les préparations pour nourrissons, les entreprises font de plus en plus la promotion des substituts du lait maternel pour les nourrissons plus âgés et les jeunes enfants, de 6 mois à 3 ans. Ces produits nuisent à la continuation de l'allaitement maternel jusqu'à deux ans ou plus. L'emballage et la commercialisation de ces produits favorisent indirectement la promotion des préparations pour nourrissons.

3. Il semble que le Code ait été rédigé pour les entreprises d'aliments pour bébés. Quel est le rapport avec moi, en tant que travailleur de la santé ?

Le Code s'adresse aux gouvernements, aux travailleurs de la santé, aux entreprises d'aliments pour bébés et à tous ceux qui ont la responsabilité de protéger, promouvoir et soutenir l'allaitement maternel.

En tant que travailleur de la santé, une partie de votre travail consiste à informer et à éduquer les mères et les autres personnes qui s'occupent des enfants sur l'alimentation appropriée et optimale des nourrissons et des jeunes enfants. Les mères doivent être soutenues à prendre des décisions éclairées et impartiales, à l'abri de toute influence commerciale de la part des entreprises d'aliments pour bébés.

Le Code interdit tout type de promotion des substituts du lait maternel dans les services de santé. Il contient également des recommandations spécifiques pour les travailleurs de la santé sur la manière d'éviter d'être influencés par les entreprises d'aliments pour bébés.

4. Comment les entreprises d'aliments pour bébés font-elles la promotion des substituts du lait maternel en faisant appel à des professionnels de la santé ?

Les pratiques promotionnelles comprennent le don de fournitures gratuites ou subventionnées de substituts du lait maternel, la fourniture d'échantillons gratuits de préparations pour nourrissons, l'information pour les familles, l'offre de cadeaux aux travailleurs de la santé et à leurs familles, et le parrainage de conférences et de réunions.

Les entreprises d'aliments pour bébés ciblent souvent les travailleurs de la santé et les établissements de santé pour trouver de l'aide à promouvoir leurs produits. Elles nouent des relations et offrent des incitations subtiles qui conduisent à l'approbation directe ou indirecte des produits de l'entreprise. Ces relations menacent l'indépendance, l'intégrité et la crédibilité publique des travailleurs de la santé.

Toutes ces pratiques sont interdites par le Code international de commercialisation des substituts du lait maternel.

5. Je travaille dans un hôpital d'une région pauvre. Nous devons réduire les coûts partout. Pourquoi est-ce si mal d'accepter des préparations pour nourrissons gratuites pour les mères qui ne peuvent pas allaiter ?

L'expérience a montré que l'approvisionnement gratuit non réglementé et illimité de préparations pour nourrissons entraîne une surconsommation et nuit à l'allaitement. Les entreprises donnent des préparations pour nourrissons en sachant que la distribution gratuite crée une fidélité à la marque chez les mères après leur sortie de l'hôpital.

Par conséquent les dons de substituts du lait maternel ou d'autres produits, gratuits ou subventionnés, ne sont autorisés dans aucun secteur du système de santé. Toute préparation pour nourrissons nécessaire aux nourrissons pour des raisons médicales doit être obtenue par les canaux d'approvisionnement normaux.

6. Beaucoup de nos patients n'ont pas les moyens de s'offrir des produits laitiers. Pourquoi ne devrais-je pas donner des échantillons gratuits aux familles qui ne peuvent pas se permettre ces produits ?

Le Code stipule clairement que les travailleurs de la santé ne doivent pas donner d'échantillons de substituts du lait maternel aux femmes enceintes, aux mères de nourrissons et de jeunes enfants, ou aux membres de leur famille.

La plupart des femmes sont physiquement capables d'allaiter leur bébé et n'ont pas besoin d'utiliser de substituts du lait maternel. Leur utilisation interfère avec la production du lait maternel. Même dans les rares cas où les nourrissons souffrent d'un trouble métabolique où l'allaitement est contre-indiqué, ou si une préparation pour nourrissons spécialisée est nécessaire, les travailleurs de la santé ne doivent pas donner d'échantillons.

Si une mère reçoit un échantillon gratuit à l'hôpital, elle aura tendance à l'utiliser même si ce n'est pas nécessaire. Les échantillons encouragent les familles à acheter les produits lorsque les échantillons sont consommés, même si elles n'ont pas

vraiment les moyens pour s'acheter le produit. Les familles peuvent être persuadées du bienfait d'utiliser des préparations pour nourrissons parce que l'échantillon est implicitement approuvé par vous.

7. Dans mon établissement, puis-je exposer des affiches/calendriers/matériels d'information fournis par une entreprise d'aliments pour bébés qui possède des photos de bébés en train d'être allaités ?

Non. Les cadeaux offerts aux établissements de santé par des entreprises d'aliments pour bébés ne sont pas autorisés. Les cadeaux, même petits comme les calendriers ou les stylos, créent un sentiment d'obligation et rappellent continuellement à la personne qui les reçoit la « générosité » de celui qui les offre.

En outre, le Code stipule que les établissements de santé ne doivent pas être utilisés pour l'exposition de produits entrant dans le champ d'application du Code, ni pour des pancartes ou des affiches concernant ces produits. Habituellement, les affiches ou le matériel d'information des entreprises d'aliments pour bébés contiennent des messages subtils qui nuisent à l'allaitement, même s'ils montrent des photos de bébés en train d'allaiter.

Tout comme des échantillons gratuits peuvent « accrocher » une mère à une marque particulière de substitut du lait maternel, il en va de même pour les présentoirs attrayants des entreprises de produits alimentaires pour bébés.

8. Nos représentants de préparations pour nourrissons nous apportent du chocolat lorsqu'ils viennent nous parler de leurs produits. Puis-je donner ce chocolat à mes enfants ?

Bien que le chocolat reçu en cadeau de la part de votre représentant de préparations pour nourrissons puisse sembler innocent, même de petits cadeaux, y compris du chocolat, peuvent vous donner le sentiment que l'entreprise a de bonnes intentions et que vous lui devez loyauté ou gratitude.

Les entreprises savent que ce sentiment de loyauté ou de gratitude conduit souvent à soutenir et à promouvoir les produits et la marque de l'entreprise. C'est l'une des raisons pour lesquelles le Code n'autorise pas les cadeaux aux établissements de santé et aux travailleurs de la santé.

9. Il m'arrive de recevoir de la papeterie, des stylos et d'autres articles utiles d'une entreprise. Accepter de tels articles est-il contraire au Code ?

Oui, ce sont des cadeaux de l'entreprise et le Code précise que les cadeaux des entreprises d'aliments pour bébés ne sont pas autorisés. En outre, ces articles portent souvent des logos ou des slogans de l'entreprise qui peuvent impliquer une approbation de leurs produits.

10. Une entreprise organise un événement dans mon établissement pour les mères et les bébés, et elle distribue des prix aux gagnants. C'est en ordre, n'est-ce pas ?

Non, ce n'est pas bon. Si les établissements de santé permettent aux entreprises d'aliments pour bébés d'accéder directement aux familles, l'établissement fera implicitement la promotion des produits plutôt que la promotion de la santé. Le Code indique très clairement que le personnel de marketing, en sa qualité de représentant de l'entreprise, ne doit pas chercher à entrer en contact, directement ou indirectement, avec des femmes enceintes ou des mères de nourrissons et de jeunes enfants et leur famille.

11. Pouvons-nous accepter des dons d'ordinateurs portables d'entreprise d'aliments pour bébés pour être utilisés dans nos cliniques tant qu'ils n'ont pas de logo de la société ?

Les dons d'équipements, y compris d'ordinateurs portables, influenceront l'attitude des travailleurs de la santé et de la direction de l'établissement favorablement envers l'entreprise et ses produits. Ce sentiment d'obligation ou d'influence peut interférer avec la politique et la prise de décision de l'établissement et la responsabilité du professionnel de santé de donner des conseils fiables. De telles pratiques risquent de compromettre la santé et le développement optimal des nourrissons et des jeunes enfants.

Même en l'absence de logo de l'entreprise, le don en lui-même créera un sentiment d'obligation et de loyauté.

12. Est-il acceptable que des entreprises 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.

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 sacs neutres pourraient également être utilisés pour éviter toute promotion auprès des patients ou des membres du personnel.

14. Est-il acceptable de distribuer des brochures de promotion de l'allaitement maternel provenant d'entreprise 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

de l'information sur l'alimentation des nourrissons et des jeunes enfants dans les établissements de santé. Les brochures constitueraient un moyen de fournir de l'information. En outre, les brochures des entreprises d'aliments pour bébés comportent souvent des images ou des messages implicites qui favorisent les produits commerciaux plutôt que l'allaitement.

15. Mes patients ont besoin d'information 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 donner des informations 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 information est donnée par une personne n'ayant aucun lien avec l'industrie d'aliments pour bébés.

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 des réunions professionnelles ?

Le financement par les entreprises d'aliments 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.

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 de formation est autorisée dans le pays ?

Il est important pour vous, en tant que travailleur de la santé, 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.

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 l'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/topics/breastfeeding/fr/>).

Mais n'oubliez pas que vous avez, en tant que professionnel de santé, des responsabilités en vertu du Code pour promouvoir, protéger et soutenir l'allaitement maternel, 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.

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.

Les organisations non gouvernementales ou les réseaux de la société civile, tels que l'International Baby Food Action Network (IBFAN), peuvent également vous aider à signaler les violations.

Pour plus d'information veuillez contacter :
Département de nutrition et de sécurité alimentaire
Avenue Appia 20
CH-1211 Genève 29 - Suisse
Courriel : nutrition@who.int
Site web : https://www.who.int/health-topics/infant-nutrition#tab=tab_2

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>