

## Le Code et le VIH/Sida

Entre 5 et 20% des mères infectées par le VIH vont transmettre le virus à leur enfant via le lait maternel. Si une mère allaite exclusivement, le risque peut être réduit. Ne pas allaiter élimine le risque de transmission mais en pratique, là où les taux d'infection par le VIH sont les plus élevés, les taux de mortalité infantile due à l'alimentation artificielle et les conditions de vie sont supérieures au risque de contracter le VIH. Une mère séropositive pour le VIH doit pouvoir faire un choix éclairé quant au mode d'alimentation de son enfant. Elle a besoin d'un soutien empathique et d'informations justes et claires.

Les recommandations des Nations Unies déclarent:

*“Lorsque l'alimentation de substitution est acceptable, possible, abordable, nourrissante et de bonne qualité, il est recommandé de ne pas allaiter. Dans toutes les autres situations, l'allaitement maternel exclusif est recommandé les six premiers mois de vie.”*

Les recommandations des Nations Unies se rapportant au VIH et à l'alimentation des enfants soulignent l'importance du Code face à la pandémie de VIH/Sida. L'utilisation du lait artificiel par les mères infectées peut aussi sous tendre le message implicite à la communauté que l'alimentation artificielle est recommandée par les professionnels de santé et ne comporte pas de risque. Ceci est appelé «contre effet». Si le Code est appliqué pleinement et tous les messages publicitaires bannis, les professionnels de santé et autres seront aidés dans la transmission des informations et le

soutien aux décisions d'alimentation des enfants dans ce contexte. L'application du Code évite les contre effets.

*“Il est temps pour les dirigeants et les sociétés de protéger les mères et enfants d'Afrique et au-delà, du monde entier, des pratiques commerciales des multinationales. L'application du Code est un objectif noble pour un meilleur avenir.”*

*Tchbindat, membre du bureau nutrition, Unicef Tanzanie. 2006*

## Renforcer la vigilance au Code

Nos délégués à l'Assemblée Mondiale de la Santé savent que l'implication des citoyens est la clé de la réussite. Tous ensemble nous pouvons améliorer la santé publique en étant vigilant sur l'application du Code et en gardant en mémoire:

- L'importance de rester sur nos gardes. Les firmes entretiennent délibérément le flou autour du Code. De nombreux individus le font car ils ne connaissent pas le Code. S'ils l'enfreignent, rien ne sert de les attaquer, mieux vaut les éduquer.
- Personne ne souhaite la mort d'un bébé ou la souffrance d'une mère. Lorsqu'elles apprennent comment nous sommes manipulés par les campagnes publicitaires, les personnes avisées cherchent toujours une voie «nouvelle» pour faire évoluer les pratiques.
- Echangez vos informations à propos du Code pour adapter les pratiques et réjouissez vous si d'autres vous «volent» vos idées.
- Travaillez en partenariat, vous ne pouvez rien faire seul.
- Votre créativité est importante. Vous aurez des idées adaptées à votre situation locale.

## Ressources

1. International Code and subsequent related resolutions: www.unicef.org/nutrition; www.who.int/nutrition; For quick access: www.ibfan.org/site2005/Pages/article.php?art\_id=52&iui
2. WHO/UNICEF Global Strategy for Infant and Young Child Feeding, 2002 World Health Organization: www.who.int/gb/EB\_WHA/PDF/WHA55/EA5515.pdf
3. The Lancet, Child Survival series, incl. "How many deaths can we prevent this year?" Jones G et al and the Bellagio Child Survival Group. Lancet 2003; 362:65-71; and: "WHO estimates of the causes of death in children" Bryce J et al and the WHO Child Health Epidemiology Reference Group. Lancet 2005; 365: 1147-52.
4. Violations of the International Code of Marketing of Breastmilk Substitutes, Taylor A.: BMJ, 11 April 1998:316:1117-1122.
5. Breaking the Rules, Stretching the Rules 2004; IBFAN-ICDC Penang.
6. State of the Code by Country 2006 and State of the Code by Company 2004; IBFAN-ICDC Penang 2004.
7. Breastfeeding and the use of human milk, American Academy of Pediatrics. Pediatrics 2005; 115: 496-506.
8. Legal loophole allows 'banned' advertising, UNICEF UK, 19 September 2005 http://www.unicef.org.uk/press/news\_detail.asp?news\_id=527
9. Articles about conflict of interest:
  - Dana J and Loewenstein G. A social science perspective on gifts to physicians from industry. JAMA 2003; 290: 252-255.
  - Brennan TA et al. Health industry practices that create conflicts of interest. JAMA 2006, 295:429-433.
  - www.nofreelunch.org
10. Political will and the promotion of breastfeeding, Palmer G and Costello A. Ind J Ped. 2003; 40:701-3
11. FAO/WHO Expert Meeting on Enterobacter sakazakii and Salmonella in Powdered Infant Formula, May 2005
12. WHO, UNICEF, UNFPA,UNAIDS, HIV and infant feeding: Guidelines for decision-makers, 2003. WHO, UNICEF, UNFPA, UNAIDS, World Bank, UNHCR, WFP, FAO, IAEA, HIV and infant feeding: Framework for priority action. Geneva, 2003.
13. Look What They're Doing! Marketing Trends: an IBFAN summary by theme, IBFAN-ICDC 2001, five pamphlets.
14. Standard IBFAN Monitoring (SIM) manual and forms. How to monitor compliance with the International Code, IBFAN-ICDC 2004.
15. Complying with the Code? How the Code applies to manufacturers and distributors of infant foods. IBFAN 1998.
16. The Code Handbook, 2nd edition. A Guide to Implementing the International Code of Marketing of Breastmilk Substitutes, IBFAN-ICDC, 2005 (295 pages).
17. The Code in Cartoons, IBFAN-ICDC, Penang, May 2006.

## REMERCIEMENTS

Ecrit par: Gabrielle Palmer  
Remerciements au comité de relecture: Annelies Allain, James Achany-Fontem, David Clark, Louise James, Kuldip Khanna, Luann Martin, Rebecca Magalhães, Pamela Morrison, Patti Rundall, Marta Trejos, Kim Winnard, Yeong Joo Kean and Julianna Lim Abdullah.  
Visuel: Courtesy of IBFAN-ICDC.  
Produit par: Julianna Lim Abdullah, Annelies Allain and Adrian Cheah.

Pour plus d'information, documentation concernant le Code: contacter le centre internationale de documentation sur le Code (ICDC) c/o Ibfan Penang, P.O. Box 19, 10700 Penang, Malaysia  
Tel: 604-890 5799 • Fax: 604-890 7291 • Email: ibfanpg@tm.net.my • Website: www.ibfan.org

Ce projet est financé par le ministère hollandais des affaires étrangères.

L'alliance mondiale de l'action pour l'allaitement maternel (WABA) est un réseau international de citoyens et d'organisations qui s'occupent de protection, promotion et soutien de l'allaitement maternel à travers le monde, sur la base de la Déclaration d'Innocenti, les 10 Liens pour Nourrir l'avenir et la stratégie mondiale Unicef/OMS pour l'alimentation du nourrisson et du jeune enfant. Ses partenaires principaux sont IBFAN (réseau d'action internationale d'action pour l'alimentation infantile), La Leche League International (LLL), l'association internationale des Consultants en lactation (ILCA), Wellstart International, l'Académie de médecine de l'allaitement (ABM) et LINKAGES. WABA a le statut de consultant auprès du Conseil économique et social des Nations Unies (ECOSOC).



## Coordination Smam et centres de diffusion

### COORDINATION GÉNÉRALE

Secrétariat WABA  
P O Box 1200, 10850 Penang  
Malaisie  
Fax: 60-4-657 2655  
waba@streamyx.com  
www.waba.org.my

✉ AFRIQUE  
IBFAN Africa  
P O Box 781, Mbabane  
Swaziland  
Fax: 268-40 40546  
ibfanswd@realnet.co.sz

IBFAN Afrique  
01 B.P. 1776, Ouagadougou 01  
Burkina Faso  
Fax: 226-50-374163  
ibfan@fasonet.bf

✉ ASIE  
Secrétariat WABA (voir ci-dessus)

Asie du Sud  
Breastfeeding Promotion Network  
of India (BPNI)  
BP-33 Pitampura  
Delhi 110 088  
India  
Fax: 91-11-27343606  
bpni@bpni.org

✉ EUROPE  
BMA  
Baby Milk Action  
34 Trumpington Street  
Cambridge, CB2 1QY  
Royaume-Uni  
Fax: 44-1223-464 417  
info@babymilkaction.org

CoFAM (coordination française  
pour l'allaitement maternel)  
secrétariat SMAM  
COFAM-SMAM, 163 rue de  
Bagnole, 75020 Paris  
smam@coordination-allaitement.org

GIFA  
Avenue de la Paix 11  
1202 Geneva  
Switzerland  
Fax: 41-22-7984443  
info@gifa.org

Votre contact local:

WABA n'accepte aucun parrainage d'entreprises produisant des substituts du lait maternel, des équipements connexes ou des aliments de complément. WABA encourage tous les participants à la Semaine mondiale de l'allaitement à suivre cette consigne d'éthique.

Aktionsgruppe Babynahrung Ev  
(AGB)  
Untere Maschstrasse 21  
D-37073 Göttingen, Allemagne  
Fax: 49-551-531 035  
info@babynahrung.org

✉ AMERIQUE LATINE  
CEFEMINA  
Apartado 5355, 1000 San Jose  
Costa Rica  
Fax: 506-224 3986  
cefemina@racsa.co.cr

CEPREN  
Av. Pardo, 1335 Of.301-302  
Lima-18, Pérou  
Fax: 51-1 241 6205  
cepren@amauta.rcp.net.pe

Origem Group  
Rua da Uniao, 253, Boa Vista  
Recife, Pernambuco  
CEP: 50050-010, Brazil  
Fax: 55-81-32314325  
juliana@origem.org  
www.aleitamento.org.br

✉ AMERIQUE DU NORD  
LLL International  
1400 N. Meacham Road  
Schaumburg, IL 60173-4840 -  
Etats-Unis d'Amérique  
Fax: 1-847-519 0035  
lllhq@lli.org • www.lalecheleague.org

INFACCT Canada  
6, Trinity Square, Toronto  
ON M5C 1B1, Canada  
Fax: 1-416-591 9355  
info@infactcanada.ca  
www.infactcanada.ca

✉ PACIFIQUE  
ABA  
P O Box 4000, Glen Iris  
VIC 3146, Australie  
Fax: 61-3-9885 0866  
info@breastfeeding.asn.au  
www.breastfeeding.asn.au

Development Officer PINDA  
c/o Christine Quested  
Nutrition Centre Health Department  
Private Mail Bag, Apia,  
Samoa Occidentales  
Fax: 685-218 70

# SURVEILLANCE DU CODE

## 25 ANS DE PROTECTION DE L'ALLAITEMENT MATERNEL



## SEMAINE MONDIALE DE L'ALLAITEMENT MATERNEL 1-7 AOÛT

**‘Des pratiques alimentaires  
inappropriées entraînent des risques  
importants pour la santé des enfants  
et leur survie globale’**

Déclaration d'Innocenti pour l'alimentation  
des bébés et des jeunes enfants 2005

# WABA 2006

## Introduction

- Vous êtes parents, législateur, professionnel de santé, vous soutenez les mères qui allaitent, vous êtes concernés par les problèmes de santé publique, ou les deux. Quel que soit votre rôle, votre œuvre est vitale. Des pratiques alimentaires appropriées sont le fondement d'un bon départ dans la vie. Elles ont un impact sur la survie des bébés et des jeunes enfants mais aussi à long terme sur la santé des adultes.
- Vous aurez remarqué que les fabricants de nourriture pour enfants, biberons, tétines font la promotion de leurs produits. Cette technique est une infraction au Code de commercialisation des substituts du lait maternel (le Code) qui a été adopté lors de l'Assemblée Mondiale de la Santé en 1981. Si le Code n'est pas connu, votre travail de soutien à l'allaitement maternel sera plus difficile.
- Le Code et les résolutions y afférents ont un rôle prépondérant dans la stratégie globale pour l'alimentation des jeunes enfants adoptée lors de l'Assemblée Mondiale de la Santé (WHA) en 2002
- Dans ce cadre nos gouvernements se sont engagés mais les industriels influents exercent des pressions contre son application. Sans le Code, les initiatives pour la santé des bébés sont amoindries. Peu de gouvernements organisent des campagnes d'information sur le Code, donc peu de personnes le connaissent.
- Le Code est vraiment très simple à lire et mettre en œuvre. Pour cette Semaine Mondiale de l'Allaitement Maternel, nous souhaitons mettre en œuvre des actions pour le faire connaître. Ceci peut être très important pour le soutien aux mères, aux bébés, pour les professionnels de santé et tous les professionnels engagés dans la protection des bébés et des jeunes enfants.



### Ce feuillet présente:

- Pourquoi le Code est important
- Les principes de base du Code
- Des exemples d'actions mises en œuvre
- Des idées d'action

## Pourquoi le Code est important

Pour la grande majorité des bébés, l'allaitement maternel exclusif durant 6 mois suivi d'une diversification avec des aliments de qualité tout en poursuivant l'allaitement pendant deux ans au moins est la clé d'une bonne santé. Presque toutes les femmes peuvent allaiter si elles bénéficient d'un soutien approprié et empathique. Les pratiques commerciales ébranlent les compétences maternelles par des slogans insidieux, une désinformation des professionnels, des mères et de leur famille.

L'adoption du Code peut stopper cela. L'augmentation régulière des taux d'allaitement est le fruit de votre travail. Dans le monde entier, de plus en plus de mères allaitent leur bébé exclusivement durant six mois. Et même lorsque l'allaitement fait partie intégrante de la culture, les pratiques peuvent être inappropriées et lorsque l'alimentation artificielle est prônée, les conséquences peuvent être effroyables.

L'allaitement réglementé, restreint, l'introduction d'autres aliments ou boissons avant six mois sont pratiques courantes. Ceci diminue la production de lait et augmente les risques d'infection pour le bébé.

*Un bébé millionnaire non allaité est en moins  
bonne santé qu'un bébé de la plus pauvre  
catégorie sociale allaité exclusivement.*

Pr J. Stewart Forsyth, Ninewells Hospital  
and Medical school, Dundee, Scotland, UK 2006.



## Les principes de base du Code

Le Code est un ensemble de règles de commercialisation destinées à protéger:

- Les bébés (allaités ou non)
- Les parents et tous ceux qui s'occupent des bébés
- Les professionnels de santé

Le Code régit la commercialisation de tous les substituts du lait maternel (pas seulement le lait artificiel) et les accessoires utilisés lors de l'alimentation des enfants:

- Tous les produits vendus, adaptés ou non, à destination des enfants de moins de six mois.
- Tous les produits commercialisés pour l'alimentation des enfants de plus de six mois en remplacement du lait maternel.
- Les biberons, les tétines (une sucette est une tétine).

### En pratique, cela signifie que le Code s'applique:

- au lait artificiel
- aux laits artificiels spécifiques
- aux laits de suite
- tisanes, eaux minérales, jus
- Aliments de complément s'ils sont autorisés avant six mois
- Biberons et tétine

Le Code est international et:

- S'applique aux industriels et gouvernements
- Est une base permettant aux gouvernements ou firmes de le développer et l'élargir
- Les firmes peuvent l'adopter et le mettre en œuvre même si le gouvernement n'a pas pris de mesure spécifique
- Peut être mis en œuvre à travers des mesures gouvernementales ou des lois

Le Code est une résolution de l'Assemblée Mondiale de la Santé, décision collective à un niveau international permettant de s'attaquer à des problèmes de santé publique globaux. Comme toutes ces résolutions, le Code nous appartient en tant que citoyens.

Depuis que le Code a été adopté en 1981, onze nouvelles résolutions de l'Assemblée Mondiale de la Santé ont été prises concernant la santé des bébés et jeunes enfants. Toutes réaffirment l'importance de l'application du Code. Il nous appartient de solliciter nos gouvernements et de les aider à mettre en œuvre leurs engagements à exécuter le Code et les résolutions y afférentes.

## Quelques exemples de publicité nuisible

### 1. Allégations mensongères concernant la santé

Tous les parents souhaitent que leurs enfants soient intelligents et en bonne santé. La publicité d'Abbott Ross pour Similac dans les magazines grand public (la marque intelligente pour les bébés intelligents) présente une photo d'un beau bébé jouant avec un ordinateur. Un coupon offre aux parents un échantillon gratuit de ce lait artificiel sur simple demande. La publicité compare le produit au lait maternel en précisant que l'ajout d'acides gras renforce l'intelligence et la vue. Il n'existe pas de preuve scientifique sous-tendant ces affirmations.



*Le Code interdit la publicité et le don gratuit d'échantillon aux parents, l'idéalisation de l'alimentation artificielle et la comparaison avec le lait maternel*

*Si la publicité était seulement vecteur d'informations, il n'y aurait rien à en dire. Mais un grand nombre de publicités créent en nous le besoin de quelque chose dont nous n'avions pas besoin.*

*Richard Layard, professeur d'économie 2005*

### 2. Exploiter le prestige médical

Dans les années 50, Nestlé employait des infirmières pour la promotion de leurs laits artificiels. Dans les années 80, Nestlé a expressément présenté ses excuses pour cette pratique et publiquement promis de suivre le Code, mais ils ont poursuivi des pratiques similaires. Par exemple, en Chine en 2005, Nestlé a employé des médecins dans les rayons «alimentation» des supermarchés pour promouvoir ses produits auprès des femmes enceintes ou allaitantes. L'utilisation de professionnels de santé qualifiés est une des méthodes les plus insidieuses car le grand public leur fait confiance et respecte leur avis.

*Le Code interdit au personnel des firmes d'être en contact avec des femmes enceintes, mères ou leur famille, directement ou indirectement.*

### 3. Induire en erreur le consommateur

Quand le Code a été adopté en 1981, les industriels ont inventé les laits de suite pour échapper aux restrictions commerciales. Ils ont prétendu que le lait de suite n'est pas un substitut du lait maternel. Alors que chaque produit qui remplace le lait maternel est un substitut. Le lait de suite est préconisé pour les bébés de plus de six mois, amenuisant la connaissance et la confiance dans l'allaitement long. Les noms de marque, logo, design des boîtes de lait de suite reprennent ceux du lait premier âge. Les publicités passent à la télévision, dans les magazines, sur Internet, diffusent des numéros de téléphone gratuits. Une récente étude britannique a mis en évidence que 60% des parents pensent que la publicité pour les laits de suite est en fait une publicité pour les laits premier âge.



*Le Code interdit toute promotion d'un quelconque produit adapté ou non, qui remplacerait le lait maternel. Qu'il soit adapté ou non.*

### 4. Promouvoir biberons et tétines

Les biberons et tétines nuisent à l'allaitement. S'ils sont utilisés dans les premiers jours ou semaines, ils troublent la succion du bébé au sein et sont responsables de problèmes pouvant aller jusqu'au sevrage. Avent et d'autres industriels disent que leurs produits miment la physiologie de l'allaitement avec des slogans comme «forme naturelle», «imite la mère». Une autre stratégie consiste à présenter le biberon comme un accessoire indispensable «du sein au biberon grâce à Chicco». Des milliers de bébés en bonne santé n'ont jamais utilisé de biberon de leur vie. Après six mois, les bébés doivent continuer d'être allaités tout en mangeant des solides nourrissants et buvant de l'eau saine dans une tasse propre.



*Le Code interdit la publicité pour les biberons et tétines.*

### 5. Cadeaux pour les professionnels de santé

Cette tactique commerciale est souvent invisible du grand public qui ne peut se défier des conseils des professionnels de santé biaisés par les industriels. Ces professionnels sont parfois si imprégnés de cette culture de cadeaux, sponsoring des firmes qu'ils la considèrent comme une garantie de qualité. Des études montrent que ces pratiques influencent les décisions des professionnels. Le Code interdit les cadeaux. En 2003, l'Inde a promulgué une loi interdisant tout financement ou cadeau aux professionnels de santé de la part des industriels de l'alimentation infantile.

#### *Adhésions aux associations, manipulation des soins.*

*Derrick Jelliffe, professeur de pédiatrie, décrivant les liens entre les industriels et les professionnels de santé*

Manque de connaissances, enseignements inadaptés pour les professionnels de santé, négligence ou irrespect des droits des femmes contribuent à répandre de mauvaises pratiques d'alimentation. Les moyens investis dans la publicité pour ces produits aggravent encore les choses. Les firmes investissent des millions dans la publicité car c'est une tactique efficace. Chaque fois qu'un professionnel de santé est amené à prescrire un produit, les profits de la firme augmentent. Chaque fois qu'une mère est convaincue d'utiliser tel produit commercial, le risque que son bébé soit malade augmente. Le Code existe pour stopper de telles pratiques de manipulation.

## QUELQUES POINTS CLÉ DES RÉSOLUTIONS DE L'ASSEMBLÉE MONDIALE DE LA SANTÉ CONCERNANT L'ALIMENTATION DES JEUNES ENFANTS 1984- 2005

**Dans les 25 dernières années, 11 autres résolutions concernant l'alimentation infantile ont été adoptées pour clarifier et renforcer le Code et pour fixer de nouveaux objectifs. Elles reprennent les points suivants:**

- ❖ Les laits de suite ne sont pas nécessaires.
- ❖ Aucun échantillon gratuit de substitut du lait maternel à un quelconque échelon du système de santé.
- ❖ Accroître le rôle des gouvernements dans le soutien financier ou autre mesure en faveur des professionnels de santé au contact des bébés et jeunes enfants pour limiter les conflits d'intérêt.
- ❖ Rôle des gouvernements dans la surveillance par un organisme indépendant de l'application du Code et des résolutions s'y afférent.
- ❖ Six mois est la durée optimale de l'allaitement maternel exclusif.
- ❖ La recherche dans le domaine de l'alimentation des jeunes enfants dans le contexte du VIH devrait être indépendante.
- ❖ La commercialisation des aliments de complément devrait être assurée de telle sorte qu'elle ne nuise pas à l'allaitement maternel exclusif et à sa promotion.
- ❖ Renouveler les engagements pris dans le cadre de la stratégie globale pour l'alimentation des jeunes enfants.
- ❖ Informer des possibles contaminations intrinsèques des laits en poudre.
- ❖ Ajuster les recommandations concernant l'alimentation et la santé.

## Exemples d'actions réussies

### BRÉSIL

- Le Brésil est un des pays les plus avancés dans les initiatives de soutien à l'allaitement maternel. Des campagnes agressives sur l'alimentation infantile et des pressions pour l'utilisation des biberons ont commencé dès le début du 20ème siècle. Dans les années 80, des taux élevés de malnutrition et mortalité infantiles ont poussé le gouvernement à l'action. Des militants ont enseigné aux politiciens les bénéfices de l'allaitement maternel. De grosses campagnes médiatiques et supports en tout genre se sont développés. Les promoteurs de l'allaitement ont compris très tôt que sans l'adoption réelle du Code, leurs actions ne seraient pas efficaces. Les lois brésiliennes ont été écrites par des législateurs bien informés et continuent d'être mises à jour car les industriels exploitent toujours les points faibles. En 2004, des industriels ont essayé de passer outre mais grâce aux conseils avisés d'experts et militants, la législation en vigueur permet toujours la protection des familles brésiliennes et les taux d'allaitement continuent d'augmenter.

### INDE

- Les associations de consommateurs et de soutien à l'allaitement maternel ont convaincu les politiciens des bénéfices pour la santé publique de l'adoption du Code à travers des lois fortes. Ils ont conduits des évaluations pour mettre à jour les points faibles potentiels. La loi Indienne (votée en masse en 1993) donne autorité à ces groupes pour engager des actions en justice contre les industriels. Leur ténacité et leur travail au sein du processus législatif ont permis des succès importants. Par exemple, en 1990, Johnson et Johnson ont rapidement été contraints de supprimer des campagnes publicitaires concernant les biberons et les tétines. La firme s'est même retirée du marché.

### TANZANIE

- La Tanzanie s'est attaquée à l'importante multinationale Nestlé et a réussi là où des pays riches avaient échoué. En 2005, l'Autorité Tanzanienne pour les aliments et les médicaments a interdit l'importation de céréales Cérélac (boîtes avec le fameux oiseau dans son nid et celle avec l'ours bleu comme logo). Ces deux étiquettes enfraignaient l'interdiction d'idéaliser l'alimentation infantile. Nestlé a changé les étiquettes. La Tanzanie a une réelle volonté de protéger des pressions commerciales l'alimentation infantile et le Code a force de loi.

### GEORGIE

- Après l'effondrement de l'Union Soviétique à la fin du 20ème siècle, l'Europe centrale et de l'est fut bombardée de campagnes publicitaires. Par exemple en Arménie, Nestlé a distribué des habits de bébés gratuitement portant le logo «j'aime ma maman Nestlé» dans les services de maternité. Le coordinateur national pour l'allaitement du ministère de la santé Géorgien et une association non gouvernementale ont travaillé ensemble pour l'adoption du Code dans la législation géorgienne. Actuellement ils collaborent en partenariat avec tous les ministères pour former un conseil supérieur de l'application du Code. L'association a la responsabilité de veiller à son application et de saisir ce conseil en cas de violation.

Ces quatre exemples proviennent de différents pays mais les défis sont souvent les mêmes: les pressions insidieuses des firmes qui engagent des sommes bien supérieures dans la promotion de leurs produits à celles attribuées par les gouvernements pour la promotion de la santé.

## LES PROGRÈS DANS LE TEMPS

**En 1990, seulement 9 gouvernements avaient adopté le Code. En 2006, plus de 70 pays ont intégré tout ou partie du Code dans leur législation. Les associations ou groupements comme IBFAN sont les pionniers de la défense, l'information, documentation et soutien aux actions autour du Code auprès des responsables nationaux.**

### ECHELLE IBFAN: le Code dans 193 pays

32	Lois
44	Nombreuses dispositions législatives
18	Politiques ou mesures volontaristes
25	Peu de dispositions législatives
21	Quelques mesures, recommandations pour les centres de santé
22	Mesures en discussion, attente d'un vote final
17	À l'étude
9	Pas d'action
5	Pas d'information

## Le Code et la protection des enfants non allaités

Chaque enfant a le droit aux meilleurs standards de santé. L'alimentation artificielle comporte des risques et prendre cette décision implique une information scientifique et impartiale sur les produits alimentaires pour enfants, loin des intérêts commerciaux. Même dans une société idéale où toute mère accèderait au soutien adapté à l'allaitement, il pourrait y avoir besoin, à un moment donné de substitut du lait maternel. Les orphelins, bébés abandonnés ou enfants de mères gravement malades, les mères séropositives pour le VIH qui décident de ne pas allaiter. Très rarement, des bébés naissent avec une maladie métabolique incompatible avec le lait maternel. Le lait pasteurisé provenant d'une banque de lait maternel serait alors dans ce cas l'aliment idéal, malheureusement pas toujours accessible. Les substituts du lait maternel sont dans ces cas nécessaires. Leur distribution doit être sévèrement réglementée et leur qualité contrôlée par les suppres plus normes les plus strictes existantes. Ces produits peuvent être dangereux et contenir des bactéries potentiellement mortelles, même dans des boîtes jamais ouvertes. Les Etats-Unis recommandent de ne pas utiliser de lait artificiel en service de néonatalogie.

*Le Code protège les enfants nourris au lait artificiel en contrôlant la qualité de ces produits et la précision des informations apposées sur leurs étiquettes.*

## PRINCIPAUX POINTS DU CODE

- ❖ Aucune publicité pour les substituts du lait maternel (produits commercialisés ou présentés pour remplacer le lait maternel), biberons et tétines.
- ❖ Aucun échantillon gratuit ou stock à bas prix.
- ❖ Aucune publicité dans les centres de santé.
- ❖ Aucun contact entre les représentants des firmes et les mères (incluant les professionnels de santé employés comme conseillers auprès des firmes).
- ❖ Pas de cadeaux ou échantillons aux professionnels de santé ou leur famille.
- ❖ Les mentions légales doivent être compréhensibles, claires et ne pas comporter de photo idéalisant la nourriture artificielle.
- ❖ Délivrance d'information scientifique et factuelle aux professionnels de santé.
- ❖ Les gouvernements devraient s'assurer qu'une

information objective et conséquente est fournie quant à l'alimentation des bébés et jeunes enfants.

- ❖ Toute information sur l'alimentation artificielle devrait comprendre une part d'explication des bénéfices de l'allaitement maternel et mettre en garde sur le coût et les risques liés à l'alimentation artificielle.
- ❖ Il ne devrait pas exister de publicité pour des aliments pour bébé non adaptés comme le lait concentré sucré.
- ❖ Tous les produits devraient être de la meilleure qualité et intégrer les conditions climatiques et de conservation en usage dans le pays concerné.
- ❖ Les industriels et la distribution devraient appliquer le Code (et les résolutions WHA s'y afférent) indépendamment de l'engagement des gouvernements.

Source: WHO European Series No 87, 2000, page 150