



<http://www.coordination-allaitement.org/>

## "Cherchez l'erreur !"

Quel est le point commun entre ces différentes actions ?

Des pharmaciens qui exposent dans leur vitrine des boîtes de **lait infantile 1er âge**

Des commerciaux des laboratoires de lait qui donnent des cadeaux publicitaires au personnel des PMI

Des maternités qui placardent dans leurs couloirs des affiches vantant les mérites des laits industriels

Des vendeurs de biberons qui dispensent des formations sur l'allaitement maternel lors de salon d'articles de puériculture

### Réponse:

Elles contreviennent au code international de commercialisation des substituts du lait maternel, vous ne saviez pas qu'il existait ? Nous allons vous expliquer son utilité.

Tout d'abord qui est La COFAM

Association loi 1901, créée en 2000 pour protéger, soutenir et promouvoir l'allaitement maternel en France. Elle organise et impulse de nombreuses actions et réunit des professionnels, des associations de mères, des parents.

Un aspect important de notre action est d'informer et sensibiliser le public, les associations et les professionnels de santé à l'importance du Code international de commercialisation des substituts du lait maternel, un document souvent méconnu et encore moins bien compris. Notre charte éthique repose sur le respect de ce Code, qui exige une vigilance accrue sur les conflits d'intérêt, surtout au niveau des financements et partenariats.

## Comprendre le Code



Le Code n'interdit pas la vente de laits artificiels, biberons ou tétines, mais exige une commercialisation éthique de ces produits, afin de protéger à la fois l'allaitement maternel, qui n'a rien à vendre, et l'alimentation des enfants. Et aussi bien les consommateurs que les professionnels de santé. En effet, les parents ont le droit d'obtenir des informations exactes pour faire des choix éclairés concernant

l'alimentation de leur enfant, sans aucune pression commerciale. Il en va de même pour les agents de santé qui doivent pouvoir fonder leurs conseils aux parents sur la base d'informations scientifiques

Ainsi, le Code (adopté lors de la 34e session de l'Assemblée mondiale de la santé en 1981) est peut-être le tout premier document international de protection du consommateur – dès la naissance !

Donc le Code protège aussi bien les bébés allaités que les enfants nourris au lait artificiel, ou aux autres substituts du lait maternel (comme les petits pots) pour qu'ils reçoivent une alimentation sûre, basée sur la meilleure alternative nutritionnelle disponible, notamment en contrôlant la qualité de ces produits et la précision des informations apposées sur leurs étiquettes. Les substituts du lait maternel doivent être

disponibles sans promouvoir leur utilisation.

Mais les enjeux financiers sont énormes pour l'industrie de l'alimentation infantile

Pour exemple il faut savoir qu'un grand industriel de l'alimentation infantile que nous ne nommerons pas déclare seul 695 millions € de chiffre d'affaires – et les budgets publicitaires sont aussi conséquents ! Les campagnes publicitaires sont omniprésentes, que ça soit à la télévision, dans des revues, dans les magasins ou sur Internet. Très souvent, ces actions publicitaires ne respectent aucunement le Code, qui interdit, par exemple, la promotion des substituts du lait maternel et des produits connexes auprès du grand public et des mères, ou bien auprès des agents de santé dans les structures de santé. Quel parent n'a pas été invité à s'inscrire à un Club spécial maman-bébé proposé par une marque de lait infantile ? Avec des cadeaux promotionnels et des bons de réduction, bien sûr – aussi des pratiques de commercialisation qui vont à l'encontre du Code. Tout est bon pour convaincre le parent d'acheter leur produit en toute confiance, les bébés dans la publicité sont en pleine santé, leur maman est belle et épanouie, grâce au biberon et au lait artificiel....

## **La CoFAM Comité éthique**

### **Ce code comprend les dix principales dispositions suivantes :**

- 1. La publicité des substituts du lait maternel auprès du public est interdite;**
- 2. Il est interdit de donner des échantillons de ces produits aux mères;**
- 3. Il est interdit de faire la promotion de ces produits dans les établissements de soins de santé;**
- 4. Les représentants des fabricants de ces produits ne peuvent donner de conseils aux mères;**
- 5. Il est interdit de donner des cadeaux ou des échantillons aux travailleurs de la santé;**
- 6. Aucun texte ni image idéalisant l'alimentation artificielle, y compris des images de nouveau-nés, ne peut figurer sur l'étiquette de ces produits;**
- 7. L'information dispensée aux travailleurs de la santé doit être scientifique et factuelle;**
- 8. Tous les renseignements sur l'alimentation artificielle, y compris ceux figurant sur les étiquettes, devraient faire état des bienfaits de l'allaitement ainsi que des désavantages et des risques de l'alimentation artificielle;**
- 9. Des produits inappropriés, comme le lait condensé sucré, ne devraient pas être conseillés pour alimenter les nouveau-nés;**
- 10. Tous les produits devraient être d'excellente qualité et être conçus en fonction du climat et des conditions de conservation qui prévalent dans le pays où ils sont utilisés.**

Pour plus d'informations sur le Code, visitez notre site <http://www.coordination-allaitement.org/>