

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.

Adhésion aux associations, manipulation des soins.

Derrick Jeliffe, 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.