

Ensemble



le code ...

" Mettre les actes en adéquation
avec les convictions : c'est essentiel "

Le Code International de commercialisation des substituts du lait maternel est un outil de protection de l'allaitement maternel. Il encadre les pratiques de commercialisation des substituts du lait maternel mais n'en interdit ni la vente ni l'utilisation.

Le respect de ces recommandations internationales est souvent vécu comme un frein pour s'engager dans la démarche vers le label IHAB, car il semble impossible de changer ces vieilles habitudes...

Mais les équipes labellisées, qui sont de plus en plus nombreuses, en témoignent : il est possible de sortir de l'influence de la promotion commerciale (voir témoignages).

Alors ensemble, trouvons le code d'une bonne conduite...

Les résolutions des Assemblées Mondiales de la Santé précisent les articles du Code et ont mis l'accent en particulier sur les conflits d'intérêts.

La prise de conscience de ces conflits d'intérêts est difficile.

Lisez ces quelques exemples et voyez comment ils résonnent en vous, selon la position que vous occupez dans votre équipe.

Le Code vise les substituts du lait maternel (*préparations pour nourrissons, lait "2^{ème} âge", lait de suite, lait de croissance, jus de fruits, tisanes, etc.*), les biberons et les tétines (réf 1:1 à 4).

Cherchez tous les gadgets publicitaires des fabricants de substituts du lait maternel qui envahissent nos maternités : stylos, calendriers, mouchoirs en papier dans une boîte publicitaire d'une firme, boîte d'abaisse-langues en forme de gros biberon, posters pour la salle d'attente, en décoration « testée et approuvée »...

Recensez tous les cadeaux faits aux mères dans nos maternités qui font la promotion des laits infantiles ou des biberons ou des tétines : bonnets de naissance dédicacés « pour le bien-être des tous petits », protège-carnets de santé, tétines, etc. Tous ces gadgets et cadeaux portent la marque d'une firme, comme les produits de la même firme dans les rayons du supermarché !*

Que pensez-vous du fait de recevoir tel ou tel délégué médical vantant les mérites de son tout dernier produit « vedette », preuves à l'appui, puis d'accepter sans opposition le lot de gadgets publicitaires, posters, et autres articles faisant la promotion associée à ce produit ?

Les professionnels de santé n'ont pas conscience d'être prisonniers d'un système de promotion : combien d'entre eux sont capables de ne pas « prescrire » ou recommander le lait 1^{er} âge dont on leur a « démontré » tous les bénéfices, et quand en prime repas, formations ou dons financiers à l'association de leur service sont offerts ? Les professionnels se détournent petit à petit, sans même s'en rendre compte (c'est bien le but de la promotion commerciale) de leur devoir d'impartialité en matière d'exigence et de preuves scientifiques, et ne peuvent plus offrir un conseil juste et « sans intérêt » à leur patient.

Qu'est-ce que le code ?

Après avoir constaté 3 ans auparavant que « la promotion commerciale des laits infantiles contribue largement au déclin de l'allaitement maternel », la 34^{ème} Assemblée Mondiale de la Santé (AMS) adopte le **Code International de commercialisation des substituts du lait maternel, le 18 Mai 1981.**

C'est une recommandation : L'OMS a choisi d'en faire une recommandation et non un règlement. Il est donc demandé aux pays d'inscrire le Code dans leur législation nationale.

C'est une exigence minimum : Les pays peuvent adopter des législations plus restrictives que le Code.

C'est un compromis : L'adoption du Code a opposé d'une part l'OMS, l'UNICEF et les associations qui soutiennent l'allaitement maternel à l'industrie de l'alimentation infantile d'autre part car les enjeux financiers sont énormes. Les industriels se sont engagés à le respecter, en pratique ils ne le font que contraints par des législations nationales.

C'est un texte surveillé, ce qui est indispensable face au pouvoir commercial : Tous les deux ans, les gouvernements font un rapport à l'OMS sur leurs progrès dans l'application du Code International. Les industriels sont censés surveiller leurs pratiques. Des associations (comme IBFAN), reconnues par l'OMS, signalent les manquements aux gouvernements et à l'OMS.

*Pour favoriser l'allaitement maternel et respecter le Code,
seule la volonté politique et médicale
des équipes doit s'affirmer.*

L'éthique demandée pour obtenir le label

Ami des Bébés est conforme à la législation française :

- Article R 4113-110 du code de la santé publique ⁽²⁾⁽³⁾ : « l'information sur l'existence de liens directs ou indirects entre les professionnels de santé et certaines entreprises ... doit être faite ... sous peine de sanctions »
- * Article L121-52 du Code de la Consommation, Loi 94-442 du 3 juin 1994) « [...] Il est ... interdit aux fabricants et aux distributeurs de fournir au public à titre gratuit des préparations pour nourrissons, des échantillons de ces produits ou tout autre cadeau promotionnel, que ce soit directement ou indirectement par l'intermédiaire des services de santé ou de leurs agents. [...] »

Pourquoi un code ?

Le but du Code (et de l'IHAB) n'est pas d'interdire l'utilisation de substituts du lait maternel mais d'assurer leur utilisation correcte quand ceux-ci sont nécessaires, sur la base d'une information adéquate et au moyen d'une commercialisation et d'une distribution appropriées (art 1) ⁽¹⁾. Il permet donc aux professionnels d'apporter une cohérence à leurs discours face aux mères qui allaitent, par exemple en supprimant les innombrables objets publicitaires présents dans le service. Mais il demande aussi aux mêmes professionnels de tenir un discours médical désintéressé lorsqu'ils conseillent une mère qui n'allait pas. Il s'agit par exemple de l'étiquetage des boîtes de lait qui doit permettre une reconstitution adéquate, qui ne doit pas idéaliser le produit...

L'allaitement maternel ne bénéficie pas de promotion commerciale et n'en a pas besoin ! Mais « il fait de la concurrence » aux autres laits, il est donc ciblé par les fabricants de substituts. Les fabricants doivent donner aux professionnels des informations factuelles. Or comment se fait-il que beaucoup d'entre eux ne savent pas que la poudre de lait n'est pas stérile ?...

Le respect du Code protège l'allaitement maternel contre les pratiques non éthiques de l'industrie des produits de substitution du lait maternel. Cette disposition peut aider les équipes car si les industriels se sont engagés à le respecter, en pratique ils ne le font pas.

Chaque professionnel peut se protéger et protéger toutes les mères en refusant de recevoir les représentants car les fabricants ne respectent pas le Code alors qu'ils s'y sont engagés, en particulier :

- Les informations fournies par les fabricants devraient se borner aux données scientifiques et aux faits ; elles ne devraient pas donner l'impression que l'alimentation au biberon est équivalente ou supérieure à l'allaitement au sein (art 7-2).

- Les fabricants ne doivent pas offrir d'avantages en espèces ou en nature aux agents de santé, et pas d'échantillons de produits visés par le Code (art 7-3 et 7-4)

- Les fabricants doivent porter à la connaissance de l'institution à laquelle appartient un agent de santé ... toute contribution faite à cet agent ... en vue d'une bourse d'études, d'un voyage d'étude, ou d'activités analogues. Le bénéficiaire devrait également faire pareille déclaration (art 7-5)

C

Témoignages des maternités labellisées

Quand on est habitué à un mode de fonctionnement, il est bien difficile de prendre conscience de sa perversité. Quand on fait l'effort de comprendre ce qui est visé par le Code puis de le respecter, sa mise en application amène une réflexion sur les conflits d'intérêt auxquels on est confronté comme la plupart des professionnels.

O

Au sein d'une équipe, comment se met en place cette « politique » de respect du code ? Quels sont les points difficiles à faire respecter ?

« Cela se fait au fur et à mesure que la philosophie du service évolue: difficile au début, cela devient tout à fait naturel et spontané!! » « Enlever toutes les publicités pour les laits et les tétines et biberons a été facile "en pratique" après il a fallu expliquer et réexpliquer aux personnels la démarche pour avoir leur approbation »

D

Prendre le temps d'expliquer pour faire comprendre que c'est une logique « professionnelle »

« Les parents ne font aucune remarque ; au début, les soignantes ont dit que les cadeaux naissance étaient regrettés et puis étrangement je n'en entends plus parler et depuis les parents sont fiers du label donc heureux de cette absence de pub » « pour les boîtes roses, une information du chef de service par rapport à cette décision est affichée dans le service depuis 2 ans nous n'avons plus de remarques »

E

Une incidence financière, mais une confiance acquise sur l'éthique

« La suppression totale de dons aurait été un souci pour nos formations fréquentes et des aménagements de locaux qui ne verraient pas le jour avec l'argent de l'administration. La baisse financière est acceptée sans souci et notre rigueur rassure toute l'équipe »
« Les représentants disent qu'ils trouvent très claire et agréable notre rigueur qui suit notre taux d'allaitement à la sortie de la maternité »



Ensemble, décodons le code – Références et Bibliographie

Eclairage sur un outil qui protège et n'interdit pas.

Sites internet :

- www.who.org et www.who.int/library : OMS (publications, Code, Résolutions des AMS...)
- www.ibfan.org : International Baby Food Action Network (Réseau International d'action pour l'alimentation infantile), est un réseau de plus de 140 organisations dans 94 pays industrialisés ou en voie de développement, qui interviennent pour une bonne alimentation des enfants par la promotion de l'allaitement maternel et l'élimination de pratiques irresponsables de commercialisation des fabricants d'aliments infantiles.
- www.info-allaitement.org : IPA (Information Pour l'Allaitement)
- www.legifrance.gouv.fr

Références

1- "Code international de commercialisation des substituts du lait maternel" Organisation mondiale de la santé, 1981 : 25 pages. Résolution de l'AMS 49.15, 1996

2- "Loi n°2002-303 du 4 mars 2002 relative aux droits des malades et à la qualité du système de santé" Journal officiel du 5 mars 2002 : 42 pages (Articles L 4113-6 et L 4113-13 du Code de la santé publique). Site www.legifrance.gouv.fr consulté le 15 octobre 2007

3- "Décret n° 2007-454 du 25 mars 2007 relatif aux conventions et aux liens unissant les membres de certaines professions de santé aux entreprises et modifiant le code de la santé publique (dispositions réglementaires)" Journal Officiel du 28 mars 2007 : 4 pages. (Article R4113-110 du Code de la Santé Publique) Site www.legifrance.gouv.fr consulté le 15 octobre 2007

Pour accompagner votre démarche

- Démarche IHAB, documents téléchargeables sur le site www.coordination-allaitement.org/cofam.htm pages IHAB
- "Stratégie mondiale pour l'alimentation du nourrisson et du jeune enfant" Organisation mondiale de la santé, 2002 : 30 pages.
- Prescrire Rédaction "Substituts du lait maternel : un "Code international de marketing" bafoué" Prescrire 2005 ; 25 (267) : 855-856.
- Prescrire Rédaction "Conflits d'intérêts à l'agence française des produits de santé, il reste beaucoup à faire" Prescrire 2006 ; 26 (278) : 857-861
- La promotion des substituts de lait maternel par les professionnels de santé (livret 10 pages) Site www.IPA.org