

Le Code OMS ou Code international de commercialisation des substituts du lait maternel (SLM) en 10 points

Source : <https://www.who.int/nutrition/netcode/toolkit/en/> page 4

(adopté à l'Assemblée Mondiale de la Santé AMS 1981, résolution 34.22)

Texte intégral Code et résolutions, voir: <http://www.who.int/nutrition/netcode/resolutions/en/>.

La politique de l'OMS reflète sa recommandation d'allaitement maternel exclusif durant environ les six premiers mois, avec poursuite de l'allaitement jusqu'à deux ans ou plus, avec une diversification alimentaire adaptée.

1-OBJECTIF :	Contribuer à une alimentation sûre et adéquate pour les nourrissons en protégeant et en promouvant l'allaitement maternel et en utilisant correctement les substituts du lait maternel, lorsque ceux-ci sont nécessaires sur la base d'informations adéquates, au moyen d'une commercialisation et d'une distribution appropriées.
2-CONCERNE	Les substituts du lait maternel : tout aliment commercialisé ou présenté comme remplaçant partiellement ou totalement le lait maternel, incluant: ⇒ Lait 1 ^{er} âge= préparation pour nourrissons = infant formula ⇒ Lait 2 ^{ème} âge= lait de suite = follow-up formula ⇒ Lait de croissance= growing-up milks ⇒ Lait relais ⇒ Tout autre lait pour enfant de 0 à 36 mois (Extension jusqu'à 36 mois depuis AMS 2016) ⇒ Tout aliment ou boisson proposé(e) pour l'alimentation du bébé entre 0 et 6 mois ⇒ Biberons et tétines
3- PROMOTION COMMERCIALE	Pas de publicité ou promotion commerciale, pas d'allégations nutritionnelles et de santé pour les produits cités au point 2
4-ECHANTILLONS	Pas d'échantillons gratuits pour les mères, leurs familles ou les professionnels de santé
5-ETABLISSEMENTS DE SANTE	Aucune promotion de produits, c'est-à-dire aucun étalage, affiche, calendrier ou distribution de matériel promotionnel. Aucune utilisation de personnel soignant en contact direct avec les mères, rémunéré par des Fabricants de Substituts du Lait Maternel.
6-PROFESSIONNELS DE SANTE	Pas de cadeaux ou d'échantillons aux professionnels de santé. Les soutiens financiers et autres incitations ne doivent pas créer de conflit d'intérêts.
7-APPROVISIONNEMENT	Obligation d'achat des SLM. Pas de provision gratuite ou à tarif réduit de SLM dans une quelconque partie du système de santé.
8-INFORMATION	Le matériel d'information et d'éducation doit expliquer les avantages de l'allaitement maternel et les risques pour la santé associés à l'alimentation au biberon et les coûts d'utilisation des préparations pour nourrissons. Les informations sur les produits doivent être factuelles et scientifiques. Les gouvernements doivent éviter les conflits d'intérêts, en faisant en sorte que les entreprises ne parrainent pas le matériel destiné aux programmes en faveur des nourrissons et des jeunes enfants.
9-ETIQUETAGE	Les étiquettes des produits doivent clairement indiquer la supériorité de l'allaitement maternel, la nécessité de demander conseil à un agent de santé pour l'alimentation du nourrisson et un avertissement concernant les risques pour la santé de l'alimentation avec des substituts du lait maternel. Elles doivent comporter l'avertissement que les préparations pour nourrissons en poudre peuvent contenir des microorganismes pathogènes et doivent être préparées et utilisées de manière appropriée. Les étiquettes des aliments de complément donnés après 6 mois, ne doivent pas contenir de promotion croisée pour les SLM, ne doivent pas promouvoir l'alimentation au biberon et doivent souligner l'importance de la poursuite de l'allaitement au sein. Pas d'images de nourrissons, d'autres images ou de texte idéalisant l'utilisation de préparations pour nourrissons.
10-QUALITE	Les produits inappropriés, tels que le lait concentré sucré, ne doivent pas être promus pour les bébés. Tous les produits doivent être de haute qualité (normes du Codex Alimentarius) et tenir compte des conditions climatiques et de stockage du pays où ils sont utilisés.