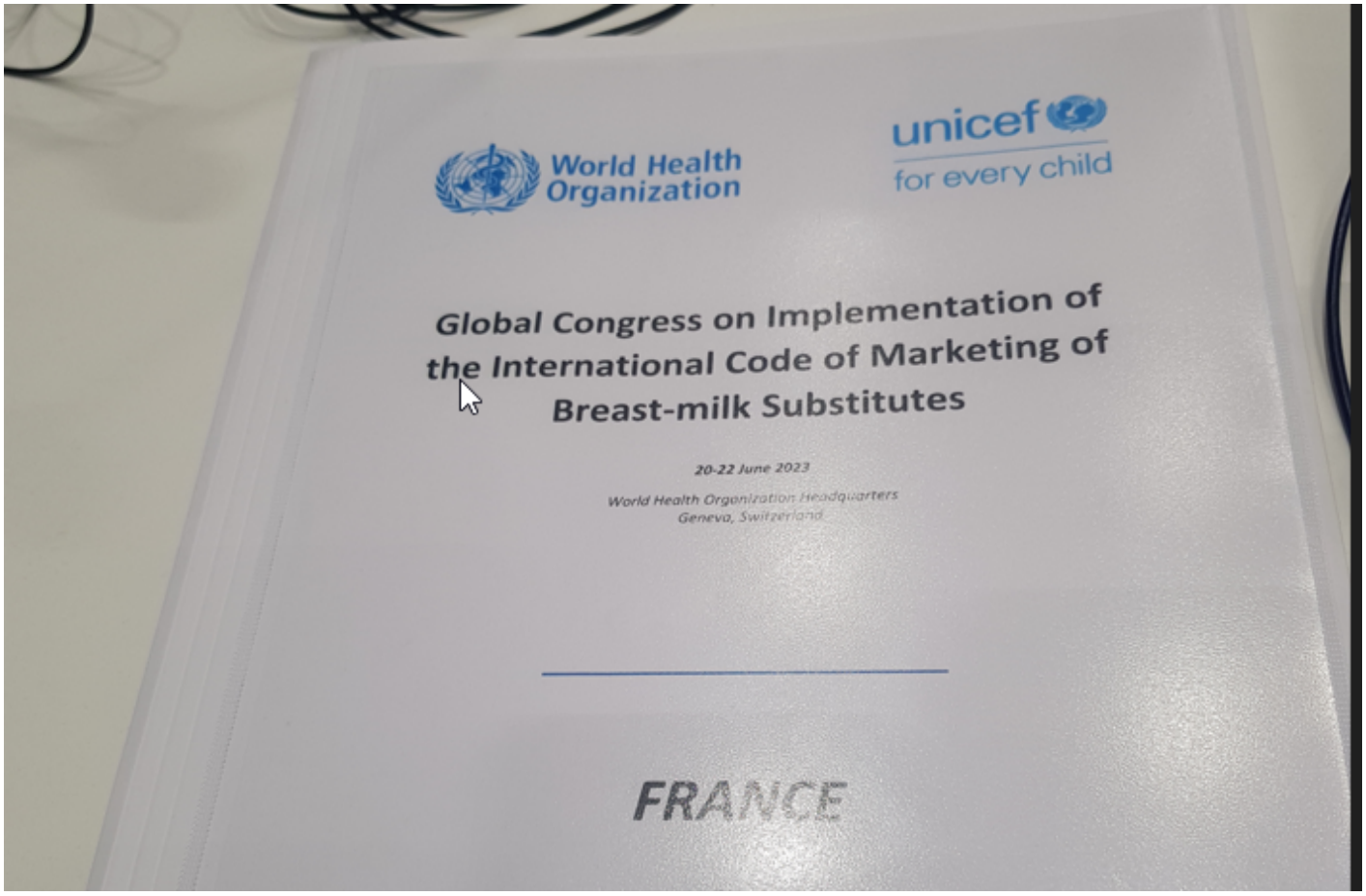
Retour sur le Congrès international de mise en oeuvre du Code OMS

IPA a représenté la France au Congrès international de l'OMS sur la mise en œuvre du Code de commercialisation des substituts du lait maternel

La Congrès du Code qui se tenait à Genève du 20 au 22 juin 2023 a réuni plus de 400 personnes du monde entier avec un objectif commun: **que chaque mère et femme enceinte soit protégée contre le marketing prédateur** afin qu'elle puisse bénéficier des nombreux avantages de l'allaitement de son enfant. **La meilleure façon de soutenir ces femmes est de promulguer, de surveiller et d'appliquer** le Code international de commercialisation des substituts du lait maternel . Lors du Congrès du Code fin juin, les participant·es ont passé trois jours complets à se renseigner sur le Code, à optimiser les outils disponibles et à élaborer des plans avec des collègues pour continuer à faire pression et préparer les prochaines étapes dans chaque pays.

IPA défend et promeut régulièrement le Code OMS en partageant les actualités scientifiques à ce sujet et en formant les professionnel·les de santé. L'association a missionné la documentaliste du CERDAM pour assister au Congrès. Voici un résumé de thèmes abordés et messages clés à retenir de cet évènement.



Thème 1 : Construire une volonté politique

Breastfeeding : Critically Important but Constantly Challenged - Cecília Tomori

Pour commencer ce Congrès, il était nécessaire de remettre en place le paradigme de l'allaitement : l'**allaitement maternel est la norme biologique de nutrition infantile**. C'est un système biopsychosocial spécifique à notre espèce, résultant de l'adaptation évolutive, qui s'adapte sur mesure à l'individu et ses besoins, qui touche beaucoup de dimensions à travers la vie. La lactation, ce n'est pas simplement la production de lait maternel, c'est un processus d'interactions entre la mère, l'enfant et l'environnement. **Cela ne peux pas être répliqué**. C'est un **élément fondamental de la santé publique**, pour les enfants et pour les mères, et **une responsabilité collective**. **C'est un droit humain.**

Malheureusement **de nombreux facteurs sapent l'allaitement maternel**. Par exemple, la raison la plus courante de complémentation avec une préparation infantile est **la perception maternelle d'une insuffisance de lait**. Ce n'est pas étonnant sachant que des attitudes courantes comme le report de l'initiation de l'allaitement, la complémentation dans les premiers jours de vie, les aliments

prélactés et la mauvaise interprétation des comportements du nourrisson sont des **facteurs de risque** pour l'insuffisance de lait.

Les médias se concentrent sur les parcours individuels, mais **les problèmes ne viennent pas des individus mais des systèmes**. Il est bien sûr intéressant d'observer les interactions individuelles, mais **la clé du succès est de se concentrer prioritairement sur les systèmes de santés**, et plus largement au contexte structurel des systèmes de la société. **Les interventions probantes** pour protéger l'allaitement concernent notamment : **l'Initiative Hôpital Ami des Bébés**, le support pré et post natal, la formation des professionnels**,** les mesures de protection de la maternité et du travail, la régulation du marketing des PPN, et le traitement des inégalités. Les progrès sont limités quand on ne reconnaît pas que nous évoluons plus largement dans des dynamiques de pouvoirs et d'inégalités. **L'intervenante a souligné l'importance de s'attaquer au problème de manière multisectorielle.**

L'allaitement est une responsabilité collective, et les gouvernements doivent investir dans la mise en place de systèmes qui y sont favorables.

Breastfeeding as a Human Right: State Duties and CMF Industry Responsibilities - Clare Patton

Cette intervention expliquait que **l'allaitement maternel doit être considéré dans le cadre des droits humain**. C'est un enjeu de santé publique tellement important qu'il doit être encadré de la même manière que d'autres droits humains plus récents tels que le droit à la propreté de l'eau ou à un environnement sain.
L'allaitement est déjà protégé par le droit international relatif aux droits de l'homme, par exemple sous la Convention Internationale des Droits de l'Enfant (article 24) et sous la Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes. Mais **ces droits pourraient être encore renforcés de manière significative**, et l'allaitement maternel est tellement important qu'il pourrait être un **droit humain autonome**, plutôt qu'être seulement inclus dans d'autres droits comme c'est le cas actuellement.

Les lois relatives aux droits de l'homme ne s'appliquent pas directement aux industries des PPN. **Le droit international ne s'applique qu'aux États**. De même que l'implémentation du Code revient aux États. **Les industries, en tant qu'acteurs non-étatiques, se dédouanent ainsi souvent de leurs responsabilités**, alors que le Code OMS est pourtant explicite sur leur responsabilité à s'y conformer, indépendamment de l'avancement de son implémentation dans les lois locales.

Il faut alors regarder du côté des **Principes directeurs des Nations unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme** (UNGP), des "soft law" très influentes. Les UNGP rappellent aux États les **obligations légales de protéger les citoyens contre les acteurs non-étatiques** et définissent les normes attendues des entreprises et leurs responsabilités en matière

de droits humains. Dans le cadre des UNGP, les entreprises ont des responsabilités qui convergent avec les attentes du Code OMS. Des infractions au Code OMS peuvent être qualifiées comme des infractions aux piliers des UNGP et ainsi relever de la responsabilité des entreprises que les États doivent contrôler.

Les entreprises des PPN n'ont pas à protéger et promouvoir l'allaitement, ni à s'impliquer dans l'implémentation du Code. Leur seule responsabilité est de ne pas faire de marketing.

Discussion with mothers - Sonia Hernández Cordero

Plusieurs mères allaitantes ont témoigné de leur expérience face au marketing des PPN pendant leur parcours. Toutes ont rapporté **des sollicitations constantes**, et des messages qui jouaient à fond sur l**eurs insécurités en tant que parent**. Les mères s'appuient sur leur environnement durant allaitement, mais l'accès à l'information et au soutien n'est pas égal pour toutes.

Marketing Playbook of Commercial Formula Industry - Katie Pereira Kotze

Cette intervention a permis de mettre à plat toutes les notions liées au marketing, afin d'être capable d'appréhender le **"Marketing Playbook"** de l'industrie des PPN : c'est ce qui définit les messages clés, les types de communications, les meilleures pratiques et les techniques d'optimisation utilisées, et qui permet de maximiser le retour sur investissement des différentes campagnes de marketing. Cela a permis notamment de faire le point sur différentes terminologies. Par exemple, dans certaines publications scientifiques, on préfère désormais le terme "**Commercial Milk Formula /** CMF" (préparation pour nourrissons/PPN ou préparation commerciale pour nourrissons/PCN en français) à "Breastmilk Substitute" pour souligner la nature artificielle et ultra-transformée des produits. La notion de **"Scope of the Code"** (périmètre d'application du Code) est également importante, car les industriels tentent constamment d'élargir la gamme des produits à proposer en période périnatale (probiotiques, laits pour les mères, fortifiants...etc).

L'intervenante a résumé **deux publications majeures récentes**, qu'IPA vous avait présenté en français :

- Rapport de l'OMS en 2022 : Marketing abusif des substituts du lait maternel : une industrie qui pèse 55 milliards de dollars
- Série du Lancet en 2023 : Le Lancet dévoile les tactiques prédatrices de l’industrie des préparations pour nourrissons (PPN)

Rappel important que l'implémentation du Code est un combat contre **une industrie riche et influente**, et qu'il ne faut pas se laisser distraire par des détails périphériques.

Scope and Impact of Digital Marketing Strategies for the Promotion of

Breastmilk Substitutes - Nina Chad

L'intervenante a présenté une autre publication majeure de 2022, résumée en français par IPA :

- Rapport de l'OMS : Portée et impact des stratégies du marketing numérique des substituts du lait maternel

Ce rapport examine en profondeur **la portée, les techniques et l'impact des stratégies de marketing numérique** pour la promotion des substituts du lait maternel. Bien que le Code précise qu'il ne devrait y avoir aucune publicité ou autre forme de promotion des substituts du lait maternel auprès du grand public, celui-ci a été rédigé il y a 40 ans et ne traite pas directement de nombreuses stratégies spécifiques utilisées dans le marketing numérique malgré les différentes résolutions votées aux Assemblées mondiales de la santé depuis. **Le marketing numérique devient la forme dominante de marketing, et il est urgent de penser à de nouvelles approches politiques en matière de réglementation et d'application.**

Advocacy Tips and Tools - Jeanette McCulloch

Pour faire du plaidoyer en faveur du Code, pas besoin de réinventer la roue. **Il y a des stratégies établies et éprouvées pour réussir un plaidoyer** qui peuvent être utilisées.

Mais alors, pourquoi y-a-t-il eu si peu de progrès en 40 ans ? Qu'est-ce qui pose problème ? Il peut y avoir de multiples sources de problèmes : manque de sensibilisation, de responsabilisation, ingérence de l'industrie, problématiques politiques...etc. La manque de progrès peut générer de la frustration mais il ne faut pas se précipiter sur des solutions qui ne tiendront pas la route. **Chaque problème nécessite une stratégie spécifique, adaptée au contexte local.**

Le plaidoyer nécessite une planification et une stratégie minutieuses avec des partenaires : établir un groupe stratégique multisectoriel, s'attaquer à des combats qui peuvent être gagnés, adapter la stratégie de plaidoyer aux objectifs, diffuser des messages clairs (le Code pouvant être un peu technique pour le grand public, les industries des PPN œuvrent à la décrédibilisation des défenseurs du Code en les taxant d'extrémistes/forceurs de l'allaitement voulant influencer les choix individuels, pour faire taire la problématique systémique de la protection des politiques de nutrition infantile), identifier les acteurs qui ont du pouvoir sur le changement...etc. sont des facteurs de succès.

- Le Global Breastfeeding Collective propose des outils de plaidoyer sur son site web.

Country Experiences

Le Timor oriental et l'Afrique du Sud ont partagé leur expérience de l'implémentation du Code et expliqué leurs stratégies gagnantes qui ont permis des avancées significatives. Par exemple, pour

le Timor oriental, la nutrition a été positionnée comme une sujet politiquement neutre, ce qui a permis de réunir des partenaires de différents bords politiques. Pour l'Afrique du Sud, une réunion consultative nationale multisectorielle sur l'allaitement maternel en 2012 a permis de canaliser les volontés politiques et s'est terminée par une déclaration, positionnant l'Afrique du Sud comme un pays qui promouvra, protégera et soutiendra activement l'allaitement maternel exclusif en tant qu'intervention de santé visant à optimiser la santé des enfants. Cela a commencé à se traduire dans leur loi dès la fin de cette même année.

Thème 2 : Identifier et gérer les interférences de l'industrie

Identifying and Managing Industry Interference: The Industry “Playbook” - Marion Nestle

(Ironie de la vie, oui c'est réellement le nom de famille de l'intervenante)

Le "Disinformation Playbook" (**le manuel de désinformation**) est un ensemble de tactiques qu'utilisent certaines entreprises pour **manipuler la science et les scientifiques pour déformer la vérité sur de la dangerosité de leurs produits**. Des stratégies notamment utilisées par l'industrie du tabac, des énergies fossiles, des produit pharmaceutiques et également dans l'agro-alimentaire, pour l'alcool ou pour les aliments ultra-transformés dont les préparations commerciales pour nourrissons font partie. **Ce sont des interférences qui favorisent le profit de ces entreprises, et empêchent les consommateurs de faire des choix éclairés.**

Les 5 tactiques principales sont :

- L'imitation : Mener **des recherches scientifiques contrefaites** et essayer de les faire passer pour des recherches légitimes
- Le blitz : **Harceler les scientifiques** qui s’expriment avec des résultats ou des opinions gênantes pour l’industrie
- Le détournement : **Fabriquer de l’incertitude sur la science** là où il n’y en a que peu ou pas du tout
- Faire écran : **Acheter de la crédibilité** grâce à des alliances avec des universités ou des sociétés professionnelles
- La correction : Manipuler les représentants ou les processus gouvernementaux pour **influencer la politique de manière inappropriée**

Pourquoi il est si difficile de faire quelque chose alors qu'on connaît ces tactiques depuis des décennies ?

Nous sommes dans **un système consommatogène**, qui donne la priorité au pouvoir économique des entreprises, promeut la privatisation, recherche l'externalisation des coûts et néglige les risques. Parallèlement, **il y a une inertie politique** : une gouvernance faible et capturée par les

lobbies, une opposition industrielle puissante et efficace et une faible demande civique.

Pour renverser ce pouvoir industriel, il faut éviter les partenariats public-privé, mettre en place des pare-feu, réguler le marketing, exclure l'industrie de la politique, et exiger la transparence de l'industrie

Political interference by the baby food industry and what we can do about it - Phillip Baker

L'industrie des aliments pour bébés nuit à la mise en œuvre du Code à l'échelle mondiale : **c'est un réseau d'influence coordonné à l'échelle mondiale** dont le lobbying est puissant, et qui est capable d'exploiter les règles du commerce international à son avantage.

Mais si on écoute ces entreprises, elles clament qu'elles ne font pas de lobbying contre l'allaitement maternel (on sait pourtant qu'elles sous-traitent le lobbying, et mènent des campagnes de greenwashing ou de réputation pour vernir leur image), qu'elles ont des politiques qui respectent le Code (on sait pourtant qu'elles "capturent" les professionnels de santé via la sponsoring et les financements, les sociétés de pédiatrie étant particulièrement visée) et qu'elles s'auto-régulent avec succès (on sait que c'est inefficace).

Pour contrer cette influence, **il est indispensable de reconnaître qu'il existe un conflit d'intérêts fondamental et irréconciliable entre l'industrie des aliments pour bébés et les objectifs de santé publique.**

Cela implique de renforcer et protéger les politiques de santé publique, exiger de l'indépendance et de la transparence, ne plus tolérer les conflits d'intérêts professionnels, reconnaître la compatibilité de l'implémentation locale du Code avec les règles du commerce international et **créer de puissantes coalitions multisectorielles pour l'allaitement avec un leadership solide et des ressources**

Country Experiences :

Le Brésil et le Sierra Leone, des pays avec une forte implémentation du Code, ont partagé leur expérience de l'implémentation, expliqué comment les industries ont tenté d'interférer et quels facteurs ont permis d'y faire face (ou non). Par exemple au Sierra Leone, les industries ont ciblé la réduction du montant des amendes des infractions au Code, et tenté d'influencer le vote du président. Mais la constitution d'un comité multisectoriel qui a travaillé avec différents ministères à permis d'exercer une pression inverse. Pour le Brésil, le Code a été implémenté de différentes manières pour être renforcé au fil des années depuis 1988, mais il persiste un fort taux de violations du Code par les industries.

Thème 3 : Mettre en œuvre le Code dans la loi

Understanding the Code - Katherine Shats, David Clark, Fatmata Fatima Sesay

Des experts légaux de l'UNICEF ont présenté **un rapide historique du Code**, car s'il date de 1981 originellement, **il faut aussi prendre en compte toutes les résolutions votées au Assemblées mondiales de la santé** depuis. Il faut d'ailleurs être vigilant aux industriels qui "oublient" commodément ces résolutions ultérieures et ne se réfèrent qu'au texte initial, parfois moins restrictif ou moins précis.

Les experts ont également abordé à travers un quizz **différentes subtilités du Code qui sont parfois mal appréhendées et source de confusion**. Par exemple, **la notion de "Scope of the Code**", le périmètre des produits concernés par le Code : **le Code couvre bien tous les substituts du lait maternel destinés aux enfants de moins 3 ans**, y compris les laits de suite et de croissance. Depuis 2016 le Code est même étendu à tous les autres produits alimentaires marketés pour les enfants entre 6 mois et 3 ans, pour lesquels la promotion est autorisée à condition qu'ils respectent des standards nutritionnels nationaux. Ils ont également abordé certains types de violations comme les défauts d'étiquetage : le manque d'informations sur les risques pathogènes ou la Cross Promotion (similarité de packaging entre différents produits). Ils ont également rappelé que l**e Code doit être respecté même dans les situations d'urgences humanitaires**, un sujet qu'IPA avait abordé en 2022.

En cas de doute, on peut se référer aux guides du Global Breastfeeding Collective

- "What I Should Know About ‘the Code’"
- Protecting Infant and Young Child Nutrition from Industry Interference and Conflicts of Interest

The BMS Code and International and National Laws - Kate Robertson

Cette intervention avait pour objectif de **donner des pistes pour trouver des voies d'implémentation du Code via des lois déjà existantes**. Encore une fois on est pas obligé de réinventer la roue, différents aspects du Code peuvent être couverts par différents corps législatifs qui sont déjà installés et fonctionnels, au niveau international ou niveau domestique.

L'intervenante a rappelé que **"le Code OMS est un sol, pas un plafond"**. C'est-à-dire que **respecter le Code, c'est le minimum syndical**, et que les Etats sont tout à fait libres d'être plus ambitieux et de se montrer plus stricts.

Tools for understanding the code - Elizabeth Zehner

Le Congrès était aussi l'occasion de se rappeler que cette lutte contre le marketing abusif ne mène pas seul, et qu'il faut profiter de l'expertise collective accumulée ces quarante dernières années et des ressources à notre disposition :

- Le Code OMS et ses résolutions
- Code de Commercialisation des Substituts du Lait Maternel - Questions fréquemment posées (en français) - 2017
- Frequently asked questions on the roles and responsibilities of health workers in the Code
- The International Code of Marketing of Breast Milk Substitutes free e-course
- Guidance on Ending the Inappropriate Promotion of Foods for Infants and Young Children - Implementation manual
- Network for Global Monitoring and Support for Implementation of the International Code of Marketing of Breast-milk Substitutes and Subsequent relevant World Health Assembly Resolutions (NetCode)
- Effective Regulatory Frameworks for Ending Inappropriate Marketing of Breast-Milk Substitutes
- The Global Breastfeeding Collective Website
- Alive and Thrive Website

Thème 4 : Renforcement des mécanismes de coordination et de gouvernance dans les législations nationales

Strengthening coordination and governance mechanisms in national laws - Carlos Santos Burgoa, Katherine Shats

Avant même de penser à la rédaction d'une loi, il y a énormément de travail de préparation à réaliser en amont. Beaucoup de lois de santés publique sont votées mais jamais appliquées parce qu'elles se heurtent ensuite à des détails concrets qui n'ont pas été anticipés. **Le fonctionnement complet du système doit être réfléchit et élaboré en amont de la loi**.

Les intervenants ont partagé leur **expérience de la mise en œuvre de lois et politiques dans le secteur de la santé**, et présenté une cartographie du processus de développement de la capacité réglementaire en faveur du Code, c'est-à-dire tout ce qui doit être pris en compte dans l'élaboration du système et comment éviter les principaux écueils liés au Code. Car comme il a été rappelé dans toutes les intervention, il est nécessaire de travailler de manière multi-sectorielle pour réussir. Ils ont ensuite détaillé les différentes étapes pour arriver jusqu'à la rédaction de la loi ou de la politique publique, et les exigences pour **assurer une gouvernance efficace** tout au long du processus. Par exemple, l'analyse des lois existantes et leur efficacité, ou la nécessité de se prémunir des conflits d'intérêts en excluant les industriels.

Country Experiences

Brazil, South Africa, Nepal, Philippines

Thème 5 : Surveillance et application des lois du Code

Building and strengthening national monitoring and enforcement mechanisms - Marcus Stahlhofer

Dans le rapport 2022 de l'état de l'implémentation du Code à l'échelle mondiale, les pays qui ont implémenté au moins en partie le Code dans leur loi ont été évalués sur leur système de "monitoring" : est-ce qu'un responsable officiel était identifié ? est-ce que des sanctions étaient définies pour les violations de la loi ? est-ce qu'il était exigé que le monitoring soit indépendant, transparent et libre de conflits d'intérêt ? Seuls 17 pays sur 144 remplissaient tous les critères attendus (**la France n'en remplissait aucun**), et les indicateurs ont montré peu d'évolution depuis le rapport précédent.

Les gouvernements doivent allouer des budgets et des ressources humaines adéquats pour garantir que la législation nationale relative au Code soit surveillée et pleinement appliquée, garantissant ainsi que des sanctions dissuasives soient systématiquement appliquées en cas de violations. Ils doivent établir des mécanismes de surveillance et d'application robustes et durables pour mettre en œuvre les lois et réglementations nationales visant à éliminer les pratiques commerciales inappropriées. De tels mécanismes :

- nécessitent d'impliquer toutes les agences gouvernementales compétentes autorisées à surveiller et à appliquer divers éléments du Code ;
- doivent être financés de manière adéquate et dotés d'un personnel compétent;
- devraient permettre l'engagement et le contrôle du public, notamment par la publication périodique de rapports de mise en œuvre.

Le monitoring peut être périodique ou continu. Le monitoring présente l'avantage de donner des résultats immédiats en cas de violation, d'obliger le gouvernement à s'impliquer pleinement dès le départ, et d'améliorer le respect du Code au fur et à mesure.

L'intervenant a ensuite expliqué les **différentes étapes à considérer pour s'assurer de la mise en place d'un système robuste et fiable**, **les bonnes questions à se poser et les pistes de travail** : de la négociation politique et bureaucratique préalable à la conception du système puis sa mise en œuvre, et jusqu'à l'évaluation de son efficacité. Comme toujours, **il est important d'analyser les outils et les moyens humains et financiers qui existent déjà** et qui peuvent être utilisés, adaptés ou coalisés.

Grassroots Monitoring : The Code/National Laws -Dr. Arun Gupta

Le Grassroots Monitoring est **une approche ascendante de la surveillance**, qui permet de **montrer ce qui se passe sur le terrain** en impliquant les individus et les communautés. C'est le gouvernement qui dirige, mais la société civile est impliquée, tout le monde peut surveiller et rapporter les infractions au Code. Les actions de l'IBFAN en sont un exemple.

Le Grassroots Monitoring est complémentaire à la surveillance menée par le gouvernement, et peut notamment aider à identifier les lacunes et les nouvelles techniques de promotion. Cela permet de créer une base de données probantes pour la planification des actions et des programmes, c'est utile dans le plaidoyer pour l'élaboration de nouvelles sections/amendements dans la législation, et cela aide à **responsabiliser les régulateurs et l'industrie**.

Bien que le système n'ait pas besoin d'être énormément complexe, il doit pour fonctionner avoir de **solides fondations** (libre de conflits d'intérêts, formation des moniteurs, déclenchement de répercussions légales pour les violations, évaluation régulière...etc) , et **le gouvernement doit y apporter son soutien** politique, technique et financier. **La transparence des actions et la publication de rapports est essentielle**.

Monitoring digital marketing of breast milk substitutes - Nina Chad

La difficulté avec le marketing digital est que les promotions peuvent être éphémères, ne pas être visible publiquement, provenir de l'extérieur du pays et même être difficile à reconnaître en tant que stratégie marketing.

Innovation in monitoring harmful digital marketing - Dr Nguyen Mai Huong

Le Vietnam a présenté l'outil VIVID (Virtual Violations Detector): une application alimentée par l'intelligence artificielle, développée en concertation avec les différents ministères prenant part à l'implémentation du Code et institutions internationales pour faire face à l'augmentation des violations du Code en ligne que le monitoring classique ne pouvait plus gérer. Cette application scanne les pages et sites web des industriels, arrivant à couvrir environ 93% des acteurs des ventes au Vietnam et avec un taux de précision de 77%.

Options for monitoring digital marketing ; AI as Solution: Capabilities and Findings - Constance Ching

L'intelligence artificielle ne remplace pas le monitoring humain, mais apporte une assistance efficace. C'est un outil disruptif, qui permet de challenger le statu quo "on ne peut rien faire contre le marketing digital". L'intervenante présenté le fonctionnement de l'application, tout le processus de monitoring machine et humain et les résultats obtenus. Elle a également souligné qu'il reste des "zones grises" du marketing digital contre lesquelles ont ne pourra agir que lorsque les lois auront été adaptée spécifiquement. Par exemple, la question de la responsabilité des influenceurs sur les réseaux sociaux.

Considerations for ensuring effective legal enforcement - David Clark, Katherine Shats

Le message à retenir, c'est que **de nombreuses raisons pour lesquelles les lois ne sont pas**

appliquées auraient pu être abordées dès le début et intégrées directement dans le cadre juridique.

Pour que l'application de la loi soit efficace, il faut concevoir dès le début un système robuste et durable, qui implique toutes les agences gouvernementales compétentes, qui soit public et transparent, et qui soit capable d'appliquer des sanctions dissuasives en cas de violation. Les intervenants ont donnés les points de vigilances à respecter et des pistes de travail, par exemple pour la question du financement de ces mécanismes de contrôle ou sur le partage des responsabilités à différentes échelles. Ils ont souligné que s'il peut y avoir différentes formes de sanctions, il est impératif qu'elles soient suffisamment sévères pour dissuader les violations. Elles doivent être proportionnelles à la nature et à la gravité de la violation et aux obligations légales du contrevenant, et devraient être augmentées si la violation se répète.

Enfin comme toujours, il n'est pas nécessaire de réinventer la roue et il faut penser à **s'inspirer de procédures d'application qui fonctionnent déjà bien pour d'autres loi**s, comme par exemple celles relatives au tabac et l'alcool.

Country Experiences

Kenya, Brésil, Cambodge et Laos.

Thème 6 : Agissez !

How civil society can support governments in Code advocacy and implementation - Paul Zambrano

L'intervenant a présenté l'expérience de l'initiative Alive and Thrive, et ses différents axes d'actions vis à vis du Code : développement du plaidoyer, établissement de partenariat pour avoir un impact collectif , constitution d'une base de données probantes pourque les décideurs politiques aient des connaissances adéquates, développement d'outils de communications, assistance technique pour l'implémentation...etc.

Une expertise portée par la société civile qui a permis des victoires dans plusieurs pays, où Alive and Thrive a contribué à la mise en œuvre et/ou l'amélioration de l'implémentation du Code.

How Governments and Civil Society can better work together - Kudakwashe Zombe

Soutenir les familles tout au long de leur parcours d’allaitement n’est pas le rôle du seul gouvernement. Il a été assez répété pendant le Congrès qu'il faut travailler de manière multi-sectorielle pour réussir à implémenter le Code. **Différentes modalités de collaboration avec le gouvernement sont possibles pour la société civile.**

Les acteurs de la société civile peuvent être particulièrement efficaces et nécessaires sur plusieurs plans :

- Ce sont la "voix des constituants", l**a voix des concernés** : ils offrent une voix puissante et crédible sur la nécessité de mettre en œuvre le Code.
- Ce sont de **bons communicants** qui peuvent générer un soutien en faveur de nouvelles lois ou politiques à travers les médias et ou en portant un plaidoyer populaire, qui aura un impact différent de la communication gouvernementale.
- Ce sont **des lanceurs d'alertes :** ils rendent compte de violations ou d'ingérences, et peuvent s'intégrer dans le système pour élargir les moyens du gouvernement (par exemple avec le grassroot monitoring)
- Ce sont **de bons formateurs** : pour les décideurs politiques, les professionnels de santés, les contrôleurs impliqué dans le monitoring et la répression des violations du Code.

Et la France dans tout ça ?

Pendant ces trois jours, les pays se sont regroupés selon leur secteur géographique pour travailler et réfléchir ensemble sur les différents thèmes abordés à la lumière des informations apprises pendant les conférences.

La France faisait partie du groupe Europe & Asie Centrale. Comme la majorité des pays de l'Union Européenne, la France a obtenu un score de 32/100 dans le rapport 2022 de l'état de l'implémentation du Code à l'échelle mondiale. Il y a donc encore du chemin à parcourir. Cette réflexion collective était inspirante, placée sous le signe du slogan "Yes We Can !" : l'amélioration de l'implémentation du Code dans les législations nationales est faisable, cela est prouvé efficace pour la protection de l'allaitement maternel, et nous pouvons compter sur une expertise collective démontrée pendant ce Congrès et le soutien de l'OMS et l'UNICEF. **Bien que l'on s'attaque à un monstre de 55 milliard de dollars, ce n'est pas un combat perdu d'avance, mais il faut être capable de combiner les efforts et établir des stratégies robustes et durables.**

IPA était la seule représentante de la France à cet évènement, et en revient avec la mission de transmettre les connaissances acquises et réflexions entamées aux acteurs nationaux qui souhaitent œuvrer à l'amélioration de l'implémentation du Code en France.

Publié par : JC, Documentaliste IPA.