Appel à un arrêt des partenariats avec l'industrie des laits infantiles

Les représentants des associations de professionnels de la santé (HCPA) appel à un arrêt des partenariats avec l'industrie des laits infantiles, voici une partie de cet appel traduit par notre équipe :

> "Nous, soussignés, représentants des associations de professionnels de la santé (HCPA), appelons toutes les HCPA à mettre fin aux relations de parrainage avec les entreprises qui commercialisent des substituts du lait maternel.
>
> Depuis 1981, l'OMS a réclamé à plusieurs reprises des restrictions sur la commercialisation des substituts du lait maternel. En 2016, l'Assemblée mondiale de la santé a appelé les États membres à mettre fin à la promotion inappropriée des aliments pour nourrissons et jeunes enfants, y compris les substituts du lait maternel, auprès des professionnels de la santé.
>
> **Le Guide de l'OMS** pour mettre fin à la promotion inappropriée des aliments destinés aux nourrissons et aux jeunes enfants recommande que les HCPA ne devraient pas autoriser « ces entreprises à parrainer des réunions de professionnels de la santé et des réunions scientifiques ».
>
> Il existe des preuves irréfutables qu'un marketing agressif de la part des fabricants et des distributeurs de substituts du lait maternel a un impact négatif sur les pratiques alimentaires des nourrissons et des jeunes enfants.
>
> **Un tel marketing porte atteinte à l'allaitement maternel et contribue à de mauvais résultats en matière de santé chez les enfants. Cela contribue également au fardeau des maladies non transmissibles, en particulier chez les femmes.**
>
> Le parrainage d'événements éducatifs de la HCPA est une activité de marketing qui crée des conflits d'intérêts parmi les professionnels de la santé. Les conflits d'intérêts ont été

définis comme « [S]ituations dans lesquelles un individu a l'obligation de servir un parti ou de jouer un rôle et où l'individu a : 1) des incitations ou 2) des loyautés conflictuelles, qui encouragent l'individu à agir d'une manière qui manquement à ses obligations. »

Le parrainage d'événements éducatifs influence de nombreuses activités, y compris la recherche et le comportement en matière de prescription, même lorsque les professionnels de la santé ne reconnaissent pas cette influence.

Le Guide de l'OMS pour mettre fin à la promotion inappropriée des aliments destinés aux nourrissons et aux jeunes enfants avertit les professionnels de la santé et les HCPA d'être conscients que notre crédibilité sera mise à mal si nous continuons à accepter des financements d'entreprises qui font la promotion de substituts du lait maternel et d'autres aliments pour nourrissons et jeunes enfants. enfants.

En tant qu'HCPA, nous cherchons à protéger, promouvoir et soutenir une alimentation optimale pour les nourrissons et les jeunes enfants. Les fabricants et distributeurs de substituts du lait maternel, en revanche, ont l'obligation fiduciaire d'augmenter leurs bénéfices en augmentant leurs ventes et, par conséquent, en augmentant l'utilisation des substituts du lait maternel. Ces différentes missions ne peuvent évidemment pas être conciliées.

Nous appelons donc toutes les HCPA à s'engager à mettre fin au parrainage des entreprises qui commercialisent des substituts du lait maternel d'ici la fin 2024. En tant que représentants des HCPA internationales et régionales signant cet appel à l'action, nous nous engageons à soutenir et à aider nos associations membres à mettre fin au parrainage des entreprises. qui commercialisent les substituts du lait maternel à travers la formation, le plaidoyer en faveur de l'élaboration et de la mise en œuvre de politiques, la diffusion d'informations et le suivi. La commercialisation agressive des substituts du lait maternel menace notre capacité à fournir des soins de qualité. La principale préoccupation de chaque HCPA doit être la santé et le bien-être de chaque nouveau-né, enfant et mère. Ce n'est qu'en travaillant ensemble que nous pourrons neutraliser la menace posée par le parrainage.

Nous ne déclarons aucun intérêt concurrent."

Source : Pour télécharger l'appel.

Ressources complémentaires :

Recommandations de l’OMS et de l’UNICEF

Préconisations de l’OMS sur les mesures réglementaires visant à restreindre le marketing numérique des substituts du lait maternel

Recommandation 11 : Protéger les familles des pressions commerciales en respectant le Code international de commercialisation des substituts du lait maternel (SLM), aussi appelé Code OMS