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

Le label IHAB

Le label IHAB (Initiative Hôpital Ami des Bébés) est un label de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) et de l'UNICEF International crée en 1991 qui **récompense les services de maternités et de néonatalogies qui offrent un accompagnement optimal** des parents à la naissance de leur enfant et durant tout leur séjour.

La démarche IHAB repose sur le trépied suivant :
• Une équipe centrée sur les besoins individuels du nouveau-né et de sa mère.
• Un environnement et accompagnement qui permettent aux parents de prendre totalement leur place, dès la naissance.
• Un travail en équipe et en réseau pour assurer la continuité des soins en pré, péri et post-natal.

La démarche IHAB s'appuie sur 12 recommandations de bonnes pratiques, argumentées scientifiquement, qui allient qualité des soins, sécurité et bienveillance.

Dans le cadre de notre partenariat, IPA vous présente ces recommandations.

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

11ème recommandation, voir page 32 de l'autoévaluation ICI

Le Code OMS a été publié en 1981, c'est un compromis entre l'OMS, l'Unicef international, les associations de soutien à l'allaitement et l'Industrie des Fabricants des Substituts du Lait Maternel (SLM).
L'objectif est de **protéger l'allaitement maternel** et d'**assurer une utilisation correcte des Substituts de Lait Maternel** lorsque ceux-ci sont nécessaires ou souhaités. Ainsi, **le Code OMS protège à la fois les bébés allaités et les bébés nourris au biberon**.

Le Code OMS **interdit toute promotion commerciale pour tout aliment commercialisé ou présenté comme remplaçant partiellement ou totalement le lait maternel**, incluant:

- Laits 1er âge
- Laits 2ème âge
- Laits de croissance
- Laits relais et autres laits
- Aliments et boissons promus pour l'alimentation du bébé pendant ses 6 premiers mois de vie (jus de fruits, tisanes, eaux…)
- Biberons et tétines

Toute promotion commerciale est interdite, afin de **ne pas influencer les choix des familles**, mais les produits cités par le Code OMS doivent **rester accessibles à la vente**.
Le Code OMS insiste sur les conditions de stockage des SLM, sur la qualité des produits et sur l'importance, pour les parents, d'échanger avec un professionnel avant de choisir un SLM et de donner un biberon à son enfant : en effet il est important que les parents soient informés de la composition des Substituts du Lait Maternel, des conditions de préparation et de conservation des biberons. Les familles doivent également être informées des conséquences possibles d'introduire un Substitut du lait Maternel quand la mère allaite.

L'OMS insiste sur le respect de ce Code lors des Assemblées Mondiales de la Santé, et en particulier sur **le fait de protéger les professionnels de santé des pressions de l'industrie alimentaire infantile et des conflits d'intérêts**, dans l'intérêt des usagers. Cela permet aux professionnels d'être solidaires avec les familles (et pas avec les fabricants), d'échanger d'une façon juste sur l'alimentation infantile avec les parents et de **favoriser leur prise de décision éclairée**.

- Plus d'infos sur : https://www.i-hab.fr/outils/le-code-oms/

Le Code OMS est insuffisamment respecté dans le système législatif de la plupart des pays, souvent seulement quelques dispositions du Code OMS sont en vigueur. En France, comme souvent en Europe, le Code ne s'applique que de 0 à 4 mois. Les promotions commerciales pour les Substituts du Lait Maternel sont très présentes, souvent avec des arguments soi-disant scientifiques et les récents rapports de l'OMS* montrent à quel point **les parents sont influencés par cette promotion souvent agressive**.

Les pratiques de marketing pour les Substituts de Lait Maternel sont différentes du marketing pour d'autres produits :

- Elles exploitent à des fins commerciales, **les aspirations, les vulnérabilités et les peurs des parents**, à la naissance et dans les premières années de leurs enfants.
- Elles ont **un impact sur la survie, la santé et le développement** des enfants et des mères
- Elles **empêchent l'accès** des professionnels **à des informations scientifiques**, et le soutien adéquat aux parents pour prendre leurs décisions (cf Convention des droits des enfants)

Au-delà d'être un critère IHAB pour l'accompagnement des parents, le respect du Code OMS permet aux professionnels de :

- Prendre conscience des influences commerciales
- Prendre conscience qu'ils sont (parfois) utilisés à des fins commerciales
- Prendre conscience que cela peut les éloigner du « prendre soin »

Téléchargez l'affiche "Tous concernés" pour sensibiliser au respect du Code OMS

*Rapports de l'OMS publiés en 2022 :

- Marketing abusif des substituts du lait maternel : une industrie qui pèse 55 milliards de dollars
- Portée et impact des stratégies du marketing numérique des substituts du lait maternel

Pour aller plus loin

- Les 12 recommandations IHAB
- **Découvrez** nos ressources **associées à la recommandation 11 (Absence de conflit d'intérêt - le Code OMS Code International de commercialisation des Substituts du lait Maternel)**
- Retrouvez nos articles liés au Code OMS

Et...

Naviguez dans notre **onglet dédié à IHAB** dans notre barre de menu !

Consultez le catalogue du centre de ressources d'IPA : base de données documentaire

voir la recommandation IHAB 10.

voir la recommandation 12