

## Interview

## Responsabilité importante des pharmaciens dans la promotion de l'allaitement

**L'allaitement a longtemps été considéré comme un frein incompatible avec l'émancipation des femmes. Les bénéfices de l'allaitement pour la santé sont néanmoins bien documentés dans l'intervalle. Grâce à diverses résolutions et initiatives de l'OMS et de l'UNICEF – dont la dernière date de 2001 – la promotion de l'allaitement est devenue un objectif de santé dans le monde entier. Le pharmaJournal a interviewé Christine Aeschlimann Guggisberg, directrice de la Fondation suisse pour la promotion de l'allaitement maternel.**

*Est-ce que les femmes suisses allaitent plus aujourd'hui? Quels sont les derniers chiffres connus?*

Les femmes suisses allaitent nettement davantage et plus longtemps que dans les années 70 à 90. Dans la dernière enquête suisse sur la santé effectuée en 2007 par l'OFSP, plus de 90% des femmes ont indiqué avoir allaité leur enfant et plus de 50% avoir donné le sein à leur plus jeune enfant pendant au moins trois mois. En Suisse, on observe toutefois des différences sociales importantes. Les femmes bénéficiant d'un niveau de formation inférieur allaitent moins souvent et moins longtemps leur enfant. Ceci laisse supposer que les femmes issues de la migration allaitent moins souvent. A mon avis, l'allaitement est donc aussi une question d'égalité des chances.

*Pourquoi privilégier l'allaitement maternel?*

Les bénéfices de l'allaitement pour la santé sont bien documentés aujourd'hui. Il prévient d'une part les infections gastro-intestinales, respiratoires et ORL et offre d'autre part aux enfants allaités des effets à long terme en leur assurant p.ex. une protection contre le développement de cœliaquie, de diabète de type I, d'asthme et d'allergies. Les enfants allaités présentent en outre un indice de masse corporelle plus bas et ont une meilleure évolution cognitive.

Les mères tirent elles aussi un avantage de l'allaitement. Leur risque de cancer du sein est légèrement diminué et elles reprennent plus vite leur poids d'avant la grossesse. Pratiquement toutes les mères peuvent allaiter à condition



Christine Aeschlimann Guggisberg

bien sûr de recevoir des informations et instructions adéquates, mais aussi de bénéficier du soutien de leur famille, du système de santé et de la société.

D'après une nouvelle étude, l'allaitement pourrait avoir pour les USA des répercussions socio-économiques considérables du fait des effets à long terme susmentionnés.

*Une majorité de femmes suisses reprennent le travail au bout de 16 semaines et ne peuvent donc pas facilement continuer à allaiter leur enfant durant six mois voire davantage. Les recommandations de l'OMS ne sont-elles pas irréalistes dans nos sociétés modernes?*

Ceci pose effectivement problème et explique certainement pourquoi les recommandations de l'OMS ne sont pas remplies en Suisse. Il est toutefois possible de combiner l'allaitement avec la garde de l'enfant par une autre personne. Plus l'enfant grandit plus cela devient simple, dans la mesure où le nombre de tétées diminue. Si la mère travaille à proximité de son domicile, elle peut légalement quitter son poste pour aller donner le sein à son enfant, éventuellement même sur

appel de la personne qui garde l'enfant; dans le cas contraire, la mère peut tirer son lait, donner d'autres aliments à son enfant durant la journée et continuer à l'allaiter le soir, la nuit et le matin.

Nous observons que les entreprises soutiennent volontiers les mères qui souhaitent reprendre le travail assez tôt après leur congé maternité. Etant donné que les enfants allaités souffrent moins souvent de maladies infectieuses, les employeurs y trouvent leur compte. Depuis quelque temps, certaines entreprises, comme p.ex. Nestlé à Vevey, proposent même des espaces allaitement dans leurs locaux. De nombreuses garderies permettent et favorisent l'allaitement. Nous travaillons actuellement à la promotion de tels modèles pour concilier plus facilement allaitement et vie professionnelle.

*La législation concernant la publicité pour premiers laits a été adaptée il y a deux ans. Qu'est-ce que cela a changé pour les fabricants de lait en poudre, en particulier en matière de publicité?*

Les entreprises qui fabriquent et qui vendent des préparations initiales pour nourrissons en Suisse respectent depuis déjà 16 ans des règles strictes en matière de publicité. Elles ont d'ailleurs signé un code de comportement dont l'application est surveillée par un panel constitué paritairement de représentants de l'industrie et de la Fondation suisse pour la promotion de l'allaitement maternel. Le code en question interdit la publicité dans les médias grand public et la remise d'échantillons gratuits. Il contraint en outre l'industrie à présenter l'allaitement comme mode d'alimentation idéal du nourrisson.

Ces restrictions, librement acceptées jusque-là, ont été introduites dans la loi le 1<sup>er</sup> avril 2008. L'ordonnance sur les denrées alimentaires et les objets usuels (ODAIU) a ainsi été complétée par des limitations concrètes de la publicité concernant les préparations pour nourrissons. L'industrie et le commerce de détail

sont donc contraints de les respecter. La mise en application est du ressort des autorités cantonales, et plus précisément du chimiste cantonal.

*Quelles sont les conséquences de ces adaptations pour les professionnels de santé et en particulier les pharmaciens?*

Les pharmacies assument une grande responsabilité. Elles accompagnent en effet les parents dans une période délicate de leur vie et doivent répondre aux nombreuses questions de parents parfois destabilisés par la foule d'informations dont ils bénéficient et les conseils très variés qu'ils reçoivent des divers services dans la pratique.

Les pharmacies devraient faire preuve d'une grande retenue dans la présentation de premiers laits. Le personnel devrait uniquement en vendre après avoir mené un entretien-conseil et rappeler aux clientes que l'allaitement est un processus partiellement irréversible tout du moins. Concrètement, les pharmacies ne peuvent pas proposer des actions sur les premiers laits et ne pas inciter à l'achat en offrant p.ex. un biberon gratuit en même temps que la préparation initiale pour nourrisson. La sensibilité face à la protection de l'allaitement devrait cependant aller encore plus loin. Il est par exemple contre-productif de faire figurer une tétine ou un biberon sur un dépliant ou sur le site internet d'une pharmacie pour simuler l'offre de soins pour bébés.

La grande majorité des pharmacies font correctement leur travail et proposent par exemple un espace allaitement. Les pharmacies zurichoises ont même créé un autocollant spécial à cet effet. Une pharmacienne a aussi rédigé un livre très complet sur le sujet de l'allaitement.

*Quelles actions votre Fondation mène-t-elle déjà ou compte-t-elle mener au niveau des maternités, qui sont les principaux «prescripteurs» de laits maternisés?*

Nos chiffres, que nous prélevons comme centre de coordination de la «Baby Friendly Hospital Initiative» de l'Unicef, montrent que 95% des femmes allaitent entièrement ou partiellement après leur sortie de la maternité. Les maternités font de gros efforts pour favoriser l'allaitement.

La Fondation suisse pour la promotion de l'allaitement maternel a été fondée le 10 juillet 2000. Elle a pour but de promouvoir l'allaitement maternel afin de permettre à tous les enfants nés en Suisse de prendre un bon départ dans la vie. La Fondation poursuit les travaux du groupe de travail pour la promotion de l'allaitement du comité suisse pour l'Unicef créé en 1992. Elle assume les mêmes fonctions que les commissions nationales pour l'allaitement dans les autres pays. Ses fondateurs sont le Comité suisse pour l'UNICEF, l'Office fédéral de la santé publique, CONCORDIA Assurance maladie et accident suisse, l'assurance CSS, Helsana Assurances SA, l'Association suisse des consultantes en lactation IBCLC, La Leche League Suisse, l'Association suisse des infirmières et infirmiers, la Société suisse de gynécologie et obstétrique, Public Health Schweiz, la Fédération suisse des sages-femmes, l'Association suisse des diététiciens/iennes diplômé(e)s, la Fédération des médecins suisses et la Croix-Rouge Suisse.

Nous craignons toutefois que l'allaitement souffre de l'introduction du financement par cas et de la réduction de la durée d'hospitalisation après la naissance.

Il faut en effet savoir que le problème de l'allaitement se pose souvent après la sortie de l'hôpital. Je pense que de nombreuses femmes cessent spontanément d'allaiter par fatigue, manque de soutien ou pour d'autres raisons autres que les recommandations d'un professionnel médical. Les femmes doivent savoir que trois séances de conseil en allaitement sont remboursées par l'assurance de base. Chaque femme devrait se pencher assez tôt sur le sujet de l'allaitement et pouvoir faire appel après sa sortie de la maternité à une sage-femme exerçant son activité à titre indépendant et capable de l'assister au début. Les offres locales de «La Leche League», ainsi que les consultations ambulatoires de sages-femmes et de conseillères en lactation sont également importantes. Chaque pharmacie devrait disposer d'une liste avec les possibilités de soutien dans la région.

*Vous êtes pharmacienne de formation. Quels conseils donneriez-vous à vos confrères pour que leur place dans le système de santé soit à la fois encore plus utile à la santé publique et mieux reconnue?*

Malheureusement, les débats de santé publique sont de plus en plus dominés par la question des coûts. Dans ce contexte, il est difficile pour les pharmacies de bien se positionner en dépit de leurs nombreux avantages et opportunités: je songe p.ex. à la proximité des pharmacies, leur facilité d'accès, leur personnel bien formé et à la confiance dont elles bénéficient auprès de la population.

De nombreux pharmaciens s'investissent déjà fortement dans la prévention, en participant p.ex. à des campagnes de

promotion de la santé. Je suis persuadée qu'il s'agit là d'un moyen efficace et crédible pour présenter les services offerts à la population et renforcer sa position particulière comme commerce scientifique de détail. Cette stratégie est certainement plus efficace que celle qui consiste à surfer sur la vague wellness ou discount. Les pharmacies pourraient constituer un sujet de recherches intéressant dans le domaine des sciences de la santé et celui de la santé publique.

Les pharmaciens devraient envisager de marquer encore davantage leur présence au niveau politique et songer en tant que société faîtière à nouer des alliances avec d'autres organisations de santé publique. Il serait éventuellement possible de créer, avec d'autres organisations de santé publique, un label pour les pharmacies s'investissant dans la promotion de la santé sur le modèle des «Health Promoting Hospitals», voire de se joindre à ce réseau. ■

Interview: Thierry Philbet