

CODE DE CONDUITE DES FABRICANTS POUR LA COMMERCIALISATION DES PRÉPARATIONS POUR NOURRISSONS

décembre 1994

État : 15.06.2017

Les entreprises qui fabriquent des préparations pour nourrissons et les commercialisent en Suisse respectent depuis de nombreuses années un code de conduite très stricte.

Dès janvier 1982, elles ont adhéré à un premier "Code de conduite des fabricants pour la commercialisation des substituts du lait maternel", qui tenait compte des recommandations émises en 1977 par la Société Suisse de Pédiatrie et du "Code international de commercialisation des substituts du lait maternel" publié en mai 1981 par l'Organisation mondiale de la Santé (OMS)¹.

Une deuxième édition révisée en 1994 intégrait l'évolution enregistrée dans l'intervalle et, en particulier, tenait compte de la résolution de 1986 adressée par l'OMS à tous les États-membres concernant la livraison de marchandise gratuite aux hôpitaux (WHA 39.28)², de la directive européenne du 14 mai 1991 sur les préparations pour nourrissons et les préparations de suite (91/321/CEE), de la résolution de l'OMS en 1992, concernant l'initiative "Baby-friendly-Hospitals" (WHA 45.34) – soutenue par les fabricants du monde entier – ainsi que de la résolution de l'OMS adoptée en mai 1994 (WHA 47.5).

La présente version prend en considération la révision totale du droit suisse des denrées alimentaires, notamment la teneur du nouvel article 41 de l'Ordonnance sur les denrées alimentaires et les objets usuels (ODAIUOs)³ du 16 décembre 2016 (entrée en vigueur le 1^{er} mai 2017) : "*Limitation de la publicité concernant les préparations pour nourrissons*", ainsi que de la nouvelle Ordonnance du DFI sur les denrées alimentaires destinées aux personnes ayant des besoins nutritionnels particuliers (OBNP)⁴.

Les entreprises dont la liste est fournie en annexe s'engagent à respecter ce Code de conduite et à veiller à sa stricte application par tous les collaborateurs concernés, dans toutes les activités de vente, de publicité et de promotion des préparations pour nourrissons.

Le présent Code de conduite a été établi en collaboration avec la Promotion allaitement maternel Suisse et en consultation avec la Société Suisse de Pédiatrie (SSP) et l'Office Fédéral de la Santé Publique (OFSP).

¹ OMS = Organisation Mondiale de la Santé / WHO = World Health Organisation

² WHA = World Health Assembly

³ ODAIUOs, RS 817.02

⁴ Ordonnance du DFI sur les denrées alimentaires destinées aux personnes ayant des besoins nutritionnels particuliers (OBNP) , RS 817.022.104

Depuis 1995, un panel paritaire, composé de représentants de la Promotion allaitement maternel Suisse et des fabricants, veille au respect du Code de conduite. Le fonctionnement de ce panel est régi par un règlement.

PRINCIPES DE BASE

- Le lait maternel est l'aliment naturel du nourrisson pendant les premiers mois de vie. L'allaitement maternel doit être encouragé et protégé. Les mères ne doivent pas être amenées à douter du fait que le lait maternel constitue un apport nutritif suffisant pour leurs enfants.
- L'OMS recommande de recourir exclusivement à l'allaitement durant les six premiers mois de vie du nourrisson. L'allaitement peut être prolongé jusqu'à deux ans, voire au-delà.
- Par leur qualité, leur composition et leur valeur nutritive, les préparations pour nourrissons doivent convenir pour:
 - compléter le lait maternel lorsque celui-ci ne suffit plus à couvrir les besoins alimentaires du nourrisson (allaitement mixte),
 - remplacer le lait maternel, dans les seuls cas où la mère n'allait pas.
- Il incombe en première ligne au personnel qualifié des services de santé (médecins, sages-femmes, infirmières puéricultrices, etc.) d'informer et de conseiller la mère sur l'alimentation de son nourrisson. Si l'allaitement au sein n'est pas possible, il lui recommandera la préparation pour nourrisson à utiliser.

1. Champ d'application

Le Code se réfère aux préparations pour nourrissons conformément à l'article 5 OBNP :

OBNP Art. 5

¹ La préparation pour nourrissons est une denrée alimentaire destinée à être utilisée par des nourrissons en bonne santé (enfants âgés de moins de 12 mois) pendant les premiers mois de leur vie, et qui répond à elle seule aux besoins nutritionnels et ces nourrissons jusqu'à l'introduction d'une alimentation complémentaire appropriée.

Ne sont pas considérés comme préparations pour nourrissons, entre autres, les aliments de suite au sens de l'article 12 et suivants OBNP qui sont recommandés et utilisés dans le cadre d'une alimentation mixte, de nourrissons sains, âgés de plus de six mois et qui reçoivent une alimentation complémentaire appropriée.

2. Publicité en général

La publicité pour les préparations pour nourrissons est soumise aux restrictions de l'article 41 al. 1 et 2 de l'Ordonnance sur les denrées alimentaires et les objets usuels (ODAIOUTs):

ODAIOUTs article 41:

¹ La publicité pour les préparations pour nourrissons doit être limitée aux publications scientifiques et aux publications spécialisées en puériculture.

² Elle ne doit contenir que des informations de nature scientifique et factuelle. Ces informations ne peuvent laisser entendre ou accréditer l'idée que l'utilisation du biberon est égale ou supérieure à l'allaitement au sein.

Explications et interprétations:

- 2.1 Le panel paritaire établit une liste non exhaustive des publications, dans lesquelles une publicité pour des préparations pour nourrissons selon l'alinéa 1 est autorisée. Cette liste est revue et actualisée périodiquement.
- 2.2 Toutes les informations relatives aux préparations pour nourrissons et en particulier celles contenues dans les brochures des entreprises destinées aux mères, sur les sites internet des entreprises et dans les mailings doivent être conçues de manière à ne pas détourner la mère de l'allaitement au sein.
- 2.3 Dans la publicité les fabricants renoncent à présenter des scènes d'alimentation au biberon (y compris des scènes père/enfant).
- 2.4 Dans toutes les communications qui sont adressées aux mères et qui portent sur l'utilisation des préparations pour nourrissons, il convient de rappeler sous le titre « *Avis important* » la nécessité de consulter le personnel qualifié des services de santé (médecins, sages-femmes, conseillères en maternité, infirmières puéricultrices) et de souligner la supériorité du lait maternel. Le panel paritaire définit les termes exacts de cet avis.
- 2.5 En complément, les fabricants mentionnent dans leur communication que l'OMS recommande le recours exclusif à l'allaitement durant les six premiers mois. Le panel paritaire définit les termes exacts de cette information.

3. Publicité dans le commerce de détail

La publicité pour les préparations pour nourrissons dans le commerce de détail est soumise aux restrictions de l'article 41 al. 3 ODAIOUs:

ODAIIOUs article 41:

³ La publicité pour les préparations pour nourrissons assortie de pratiques promotionnelles de vente directe au consommateur, telles que distribution d'échantillons, bons de réduction, primes, ou autres moyens publicitaires ayant ce but, tels qu'étalages spéciaux, offres spéciales ou ventes couplées, est interdite. Cette interdiction est applicable par analogie à la communication à distance.

Explications et interprétations :

- 3.1 Les fabricants s'assurent auprès de leurs partenaires commerciaux du respect de l'article 41 al. 3 ODAIOUs dans le commerce de détail.
- 3.2 Lors de la présentation d'un assortiment complet dans les vitrines des points de vente, les fabricants renoncent à la présence de préparations pour nourrissons, qu'il s'agisse d'emballages ou de représentations.
- 3.3 Lorsque des primes de fidélité (p.ex. des points à collectionner) sont attribuées pour des produits d'alimentation infantile, les préparations pour nourrissons doivent être exclues.

4. Distribution d'échantillons (portions)

La distribution gratuite ou à bas prix de produits, d'échantillons ou cadeaux publicitaires est interdite selon l'article 41 al. 4 ODAIOUs :

ODAIIOUs article 41

⁴ Il est interdit de fournir à la population, notamment aux femmes enceintes, aux mères ou aux membres de leur familles, des produits gratuits ou à bas prix, des échantillons ou tout autre cadeau promotionnel, directement ou indirectement par l'intermédiaire d'institutions de santé ou de centres de conseil.

Explications et interprétations :

- 4.1 Les portions de préparations pour nourrissons ne doivent pas être libellées "échantillon" ou "échantillon gratuit". Elles doivent être vendues au consommateur final et au personnel qualifié des services de santé (médecins, sages-femmes, infirmières puéricultrices, conseillères en maternité) à un prix qui correspond au moins au prix au kilo du produit de référence dans le commerce.

5. Étiquetage

L'étiquetage des préparations pour nourrissons doit être conforme aux articles 7 et 8 de l'Ordonnance du DFI sur les denrées alimentaires destinées aux personnes ayant des besoins nutritionnels particuliers et aux dispositions générales de l'Ordonnance du DFI concernant l'information sur les denrées alimentaires (OIDAI)⁵.

L'article 7 al. 3 et 5 de l'Ordonnance du DFI sur les denrées alimentaires destinées aux personnes ayant des besoins nutritionnels particuliers contiennent les dispositions suivantes concernant la protection de l'allaitement au sein:

OBNP Article 7 al. 3 et 5

³ En plus des informations visées à l'art. 4, les indications suivantes doivent obligatoirement figurer sur l'étiquette:

a.-c....

d. une mention telle qu'„Avis important“, suivie:

1. d'une indication mentionnant que l'allaitement maternel est supérieur par rapport à une préparation pour nourrissons, et
2. d'une recommandation invitant à n'utiliser le produit que sur avis d'un spécialiste indépendant du domaine de la médecine, de la nutrition, de la pharmacie ou de la puériculture.

⁵ ne sont pas admis:

- a. l'étiquetage de préparations pour nourrissons, dont la conception pourrait décourager l'allaitement au sein,
- b. les images de nourrissons ou d'autres représentations ou textes susceptibles d'idéaliser l'utilisation de ces denrées alimentaires,
- c. l'emploi de termes tels qu'„humanisé“, „maternisé“ ou „adapté“

Explications et interprétations :

- 5.1 Le panel paritaire définit les termes de l' « avis important » à utiliser par les fabricants.
- 5.2 En référence à l'alinéa 5 le panel paritaire établit une liste des formulations conformes et non conformes au Code de conduite.

6. Communications avec le personnel qualifié des services de santé (médecins, sages-femmes, infirmières puéricultrices, conseillères en maternité) les hôpitaux, cliniques et autres institutions semblables

- 6.1 Toute information qui est destinée au personnel qualifié des services de santé ainsi qu'aux hôpitaux, cliniques et autres institutions portant sur le produit, sa composition,

⁵ OIDAI, RS 817.022.16

ses propriétés et son utilisation, doit être objective et ne doit pas faire supposer que l'alimentation au biberon est supérieure ou équivalente au lait maternel.

- 6.2 Le personnel qualifié des services de santé décidera, de manière indépendante et selon les indications, de l'utilisation des préparations pour nourrisson à l'usage hospitalier, afin d'éviter toute dissuasion de la pratique de l'allaitement au sein.
- 6.3 Toute pratique susceptible de limiter ou d'influencer une décision indépendante et libre du personnel qualifié des services de santé dans l'élaboration du régime du nourrisson ou des conseils donnés aux mères doit être proscrite.
- 6.4 Il est interdit en particulier d'exercer une pression morale en vue de la recommandation ou de l'utilisation de préparations pour nourrisson d'un fabricant déterminé en octroyant, directement ou indirectement, des avantages en argent ou en nature.
- 6.5 Toutes les livraisons de préparations pour nourrissons effectuées aux hôpitaux, cliniques et autres institutions – soient destinées à un usage personnel ou remises aux mères avant leur sortie – seront facturées.
- 6.6 Pendant la conception et la réalisation d'études cliniques avec la participation d'institutions du système de santé publique, la protection de l'allaitement doit être respectée et l'application des principes du Code de conduite est garantie lors des projets de recherche. En particulier, il faut assurer que les projets de recherche ne remettent en question ni le droit des parents de décider en connaissance des causes ni les processus institutionnels pour la protection de l'allaitement.

7. Engagements supplémentaires

- 7.1 Les fabricants respectent également la valeur du lait maternel et de l'allaitement au sein dans leur publicité pour les autres aliments pour enfants (p.ex. les laits de suite, aliments de diversification pour enfants en bas âge, etc.)
- 7.2 Les fabricants indiquent également dans leur publicité pour les préparations de suite les recommandations de l'OMS en faveur d'un allaitement au sein exclusif durant les 6 premiers mois.
- 7.3 Dans la publicité pour des préparations de suite ne seront utilisées que des images d'enfants visiblement âgés de plus de 6 mois.
- 7.4 Les envois aux mères portant sur des préparations de suite et des aliments pour enfants en bas âge doivent être effectués en adéquation avec l'âge de l'enfant.
- 7.5 Dans les plans nutritionnels (plans d'alimentation) qui représentent l'introduction des aliments en fonction de l'âge, il est fait mention en premier lieu du lait maternel.

8. Monitoring du respect du Code de conduite

- 8.1 Pour veiller au respect du Code de conduite, un panel paritaire composé de représentants de la Promotion allaitement maternel Suisse et des entreprises est constitué.
- 8.2 Le panel porte un jugement sur des comportements constatés par ses membres ou qui lui sont signalés par des tiers et qui pourraient constituer une violation des dispositions précédentes.
- 8.3 Le panel procède aux clarifications requises, donne des conseils aux entreprises concernées pour adapter leur comportement et fixe un délai raisonnable d'adaptation.
- 8.4 Le panel informe le public périodiquement des résultats de son activité de surveillance et de l'exécution de ses recommandations.
- 8.5 L'exécution de la législation sur les denrées alimentaires reste réservée aux organes de contrôle cantonaux.

* * *

Le présent Code de conduite a été signé par les entreprises suivantes:

- Milupa SA, Domdidier (1982)
- Nestlé Suisse SA, Vevey (1982)
- Hipp GmbH & Co. Vertrieb KG, Pfaffenhofen, Allemagne (1994)
- Hochdorf Nutritec AG et Hochdorf Nutrifood AG, Hochdorf (1994)
- Holle baby food GmbH, Riehen (1994)
- Hero AG, Lenzburg (2004; adhésion au Code 1994, succession de Galactina AG)
- Bimbosan AG, Welschenrohr (2007)