



PROTÉGEONS L'ALLAITEMENT

Les boutiques de maternité ont un rôle à jouer

Bien que la plupart des femmes amorcent l'allaitement à la naissance de leur enfant, les taux d'allaitement diminuent rapidement au cours des premiers mois. L'exposition des familles aux stratégies marketing de l'industrie de l'alimentation infantile n'est pas sans conséquence sur l'allaitement.

Il est tout à fait possible de vendre des biberons, des sucres et des produits connexes pour nourrissons tout en participant à réduire la pression exercée sur les familles.

En tant que gestionnaire de boutique de maternité, vous pouvez contribuer à soutenir les personnes qui ont décidé d'allaiter. En offrant un espace commercial favorable à l'allaitement, vous respectez les décisions de toutes les familles, quel que soit le mode d'alimentation envisagé.



« Si l’allaitement n’existait pas déjà, celui qui l’inventerait aujourd’hui mériterait un double prix Nobel en médecine et en économie¹. » *Keith Hansen, Banque mondiale*

Protéger l’allaitement est compatible avec la vente de préparations commerciales pour nourrissons (PCN), de biberons et autres articles connexes.

Il suffit de prendre des mesures pour limiter les pressions commerciales exercées sur les familles par l’industrie de l’alimentation des tout-petits. En utilisant un arsenal de stratégies marketing, cette vaste industrie laisse croire aux parents que l’utilisation des biberons et des sucres est la norme et ne comporte pas de risques. Cela entraîne une surutilisation de ces produits et, par conséquent, une baisse des taux d’allaitement et de sa durée².

Il ne s’agit pas de stigmatiser les femmes qui ont décidé d’utiliser ces produits ni de faire la promotion de l’allaitement, mais bien de veiller à ce que les familles ne subissent pas de pression supplémentaire quant au mode d’alimentation de leur nourrisson.

Un code pour protéger toutes les familles

Afin de protéger l’allaitement, tout en assurant une utilisation correcte des PCN et des produits connexes lorsque c’est nécessaire, le Canada est signataire du *Code international de commercialisation des substituts du lait maternel*³ (le Code) adopté en 1981 par 118 pays. Depuis, ce Code est régulièrement bonifié par des résolutions de l’Assemblée mondiale de la Santé⁴. Son but n’est pas d’interdire l’utilisation de ces produits, mais plutôt de veiller à ce qu’ils ne soient pas « distribués par des méthodes susceptibles de nuire à la protection et à la promotion de l’allaitement au sein ».

Notre boutique peut-elle offrir des commandites tout en respectant le Code ?

Oui. Pour être éthiques, les commandites ne devraient toutefois pas comprendre de produits visés par le Code ni de produits portant la marque ou l’image d’un produit visé par le Code. Dans la mesure du possible, la boutique devrait aussi se conformer au Code, et ce, afin de protéger les familles contre une mauvaise utilisation des produits visés.

LE RESPECT DU CODE

permet de répondre aux besoins de toutes les familles



renforce la confiance de la clientèle



favorise des pratiques commerciales éthiques



DES PRATIQUES INSPIRANTES pour répondre aux besoins de toutes les familles

Visibilité limitée

Les produits visés par le Code ne devraient pas faire l'objet d'une promotion (échantillons gratuits, bons de réduction, etc.) ou d'une visibilité privilégiée (en bout d'allée par exemple).

Visuels sans biberon ni suce

Les photos de bébés dans les bras sont inspirantes et adaptées à toutes les familles.

Sites web, vente en ligne et blogues

Le feuillet du MAQ⁵ permet d'en savoir plus sur les meilleures pratiques à adopter.

Vigilance quant aux descriptions des produits

Comparer un produit avec le lait maternel ou le sein contrevient au Code. Il est préférable de ne pas reprendre ce genre d'allégation dans la description du produit en ligne ou en boutique, afin d'éviter les comparaisons trompeuses.

Et vis-à-vis du personnel ?

Des dispositions pour faciliter la poursuite de l'allaitement après la reprise du travail de votre personnel permettent d'être cohérent face à l'attitude de la boutique envers l'allaitement.

Promotion des ressources communautaires en allaitement

Les outils promotionnels de ces services peuvent être distribués pour inviter les familles à les contacter en cas de besoin. Certaines de ces ressources publient également des ouvrages reconnus en allaitement qui pourraient être vendus en boutique.

Routes du lait

Les commerces intégrés dans la route du lait⁶ gagnent en visibilité et facilitent les déplacements de la clientèle ayant de jeunes enfants. La première étape est de contacter la ressource communautaire en allaitement de son secteur.

Listes de naissance et paniers cadeaux inclusifs

Les doudous, pyjamas ou coussins (sans images de produits visés par le Code) sont adaptés aux besoins de toutes les situations.

Protections des informations personnelles

Des entreprises associées aux fabricants de PCN et autres produits visés par le Code achètent parfois des listes pour faire du télémarketing, dont des listes de tirages; les familles sont rassurées lorsque leurs données personnelles demeurent confidentielles.

PRODUITS VISÉS

par le Code international de commercialisation
des substituts du lait maternel

- Tous les aliments et boissons pour les moins de 36 mois
- Les biberons et tétines
- Les sucres



L'article 5.3 du Code précise qu'«il ne devrait y avoir pour les produits visés par le présent Code ni publicité aux points de vente, ni distribution d'échantillons, ni aucune autre pratique promotionnelle de la vente directe aux consommateurs au niveau du commerce de détail, telle qu'étalages spéciaux, bons de réduction, primes, ventes spéciales, ventes à perte et ventes couplées³».

LE SAVIEZ-VOUS ?

Jusqu'à deux ans ou plus

Santé Canada, entre autres, recommande de poursuivre l'allaitement jusqu'à deux ans ou plus, accompagné d'aliments complémentaires appropriés à partir de six mois⁷.

Sevrage précoce

Au Québec, seulement un bébé sur quatre est allaité exclusivement jusqu'à six mois⁸. La principale cause invoquée pour l'arrêt précoce est la perception de manque de lait⁸, bien que l'insuffisance de production lactée soit rare et souvent due à l'utilisation de PCN, biberons ou sucres.

Des investissements disproportionnés

Les investissements dans le marketing et la promotion des produits visés par le Code par les fabricants sont largement supérieurs aux sommes investies par les autorités publiques dans la promotion de l'allaitement.

Tasse ouverte

Beaucoup de parents croient à tort que leur enfant doit nécessairement apprendre à boire au biberon. Or, la tasse ouverte est une alternative qui convient très bien aux besoins de tous les nourrissons et contribue à l'acquisition de certaines habiletés⁹.

Les boutiques de maternité peuvent répondre aux besoins de toutes les familles, tout en limitant les pressions commerciales exercées par l'industrie de l'alimentation des tout-petits.

Références

1. Hansen K. (2016). Breastfeeding: A smart investment in people and in economies. *The Lancet*, 387(10017), 416. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(16\)00012-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(16)00012-X)
2. Mouvement allaitement du Québec. (2021). *Les dessous du marketing de l'alimentation des tout petits : revue de littérature*. <https://mouvementallaitement.org/wp-content/uploads/maq-210930-revue-litterature-code.pdf>
3. Organisation mondiale de la santé. (1981). *Code international de commercialisation des substituts du lait maternel*. <https://mouvementallaitement.org/bibliothequevirtuelle/items/show/1619>
4. Mouvement allaitement du Québec. (2023). *Code international de commercialisation des substituts du lait maternel : résumé des résolutions subséquentes de l'Assemblée mondiale de la Santé*. <https://mouvementallaitement.org/bibliothequevirtuelle/items/show/1722>
5. Mouvement allaitement du Québec. (2021). *Protégeons l'allaitement : les sites web et les blogues ont un rôle à jouer*. <https://mouvementallaitement.org/bibliothequevirtuelle/items/show/1841>
6. Mouvement allaitement du Québec. Routes du lait. <https://mouvementallaitement.org/routes-du-lait>
7. Énoncé conjoint de Santé Canada, et al. (2012). La nutrition du nourrisson né à terme et en santé : recommandations de la naissance à 6 mois. <https://mouvementallaitement.org/bibliothequevirtuelle/items/show/1746>
8. Agence de la santé publique du Canada. (2022). *Rapport d'avancement sur l'allaitement maternel au Canada*. <https://mouvementallaitement.org/bibliothequevirtuelle/items/show/1918>
9. Agence de la santé publique du Canada. (2019). *Chapitre 6 : L'allaitement maternel*. <https://www.canada.ca/fr/sante-publique/services/publications/vie-saine/soins-meres-nouveau-ne-lignes-directrices-nationales-chapitre-6.html>



Votre référence en
environnements favorables
à l'allaitement
MouvementAllaitement.org

RESSOURCES EN ALLAITEMENT

Ressources communautaires

Des personnes formées

Les intervenantes et les bénévoles des ressources communautaires en allaitement ont reçu une formation de base leur permettant de répondre à toutes sortes de questions. Elles sont aussi en mesure de déceler les difficultés d'allaitement les plus courantes et de proposer des pistes de solutions.

Du soutien par les pairs

Le soutien par les pairs a un effet positif sur la durée et l'exclusivité de l'allaitement^{1,2}. Ayant elles-mêmes déjà allaité un enfant, les bénévoles en allaitement accompagnent les femmes et les personnes qui allaitent afin de les aider à atteindre leur objectif. Les services peuvent être offerts à distance ou en présentiel, en rencontres individuelles ou lors d'activités de groupe. Pour être optimal, le jumelage avec une bénévole devrait se faire dès la grossesse.

Découvrez les ressources communautaires en allaitement

Par régions du Québec :

mouvementallaitement.org/ressources

Ailleurs au Canada :

safelyfed.ca/canadian-breastfeeding-resources

Références

1. Dennis CL. (2002). Breastfeeding initiation and duration: a 1990-2000 literature review. *J Obstet Gynecol Neonatal Nurs* 31(1):12-32. <https://doi.org/10.1111/j.1552-6909.2002.tb00019.x>
2. McFadden A, et coll. (2017). Support for healthy breastfeeding mothers with healthy term babies. *Cochrane Database Syst Rev* 2(2):CD001141. <https://doi.org/10.1002/14651858.cd001141.pub5>.

Quand faire appel à ces ressources ?

En tout temps, y compris pour des besoins ponctuels ou des inquiétudes lors d'une situation particulière, telle qu'une séparation de l'enfant et du parent allaitant ou le sevrage.

Se limitent-elles à l'allaitement ?

Les services offerts sont variables. Concernant le parentage et l'alimentation des tout-petits, ces ressources peuvent au besoin diriger les personnes vers les sources fiables d'information et les services appropriés.

Consultantes en lactation (IBCLC)

Des professionnelles certifiées

Les consultantes en lactation, ou *International Board Certified Lactation Consultant* (IBCLC), sont des professionnelles en allaitement qui possèdent une expertise clinique. Les IBCLC sont certifiées par l'International Board of Lactation Consultant Examiners.

Des services spécialisés en allaitement

Les IBCLC sont encadrées dans leurs interventions par un champ de pratique et un code de déontologie. Elles sont habilitées à effectuer des évaluations complètes afin de résoudre des problématiques liées à l'allaitement qui sont persistantes ou complexes. Les IBCLC travaillent dans le réseau de la santé, les organismes communautaires, les pharmacies, les cliniques spécialisées en allaitement, les cliniques médicales ou en pratique privée.



Votre référence en environnements favorables à l'allaitement

MouvementAllaitement.org

Avec la participation financière du ministère de la Santé et des Services sociaux du Québec