

Code de commercialisation des substituts du lait maternel

Le Code international de commercialisation des substituts du lait maternel de l'OMS, approuvé par les États membres de l'Assemblée mondiale de la santé (à l'exception des États-Unis) a été approuvé en 1981 et vise à protéger l'allaitement en assurant la commercialisation éthique des substituts du lait maternel par l'industrie.

Le code comprend ces dix dispositions importantes:

1. Aucune publicité au public des produits couverts par le Code.
2. Aucun échantillon gratuit donné aux mères.
3. Pas de promotion des produits visés par le Code dans les établissements de santé, y compris la distribution de fournitures gratuites ou à faible coût.
4. Aucun représentant de compagnie de substituts de lait maternel pour conseiller les mères.
5. Aucun cadeau ni échantillon donné aux professionnels de la santé.
6. Pas de mots ou d'images idéalisant l'alimentation par formules commerciales de lait, y compris des images de nourrissons sur les étiquettes des produits.
7. Les informations destinées aux professionnels de la santé doivent être scientifiques et factuelles.
8. Toutes les informations sur l'utilisation de substituts du lait maternel, y compris les étiquettes, doivent expliquer les avantages de l'allaitement en plus d'indiquer tous les coûts et les risques associés à l'alimentation à l'aide de substituts.
9. Les produits inappropriés tel que le lait concentré sucré, ne doivent pas être promus pour les bébés.
10. Les produits doivent être de haute qualité et prendre en compte les conditions climatiques et de stockage du pays où ils sont utilisés.

Pour recevoir la désignation IAB, les agences doivent rencontrer et satisfaire aux 10 conditions établies par l'OMS/UNICEF et adapté par le Comité canadien pour l'allaitement pour les établissements de santé. Ce processus est évalué par une équipe d'évaluatrices du CCA.