

La publicité mortelle pour les bébés continue

1,5 million de bébés pourraient être sauvés chaque année s'ils étaient nourris au sein. Mais Nestlé poursuit sa campagne pour le lait en poudre

30 ans déjà! Triste anniversaire que celui du code de conduite de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) sur la commercialisation des substituts du lait maternel, adopté en 1981. De nombreuses firmes continuent à violer impunément ces normes internationales qui restreignent la possibilité de faire de la publicité pour le lait à destination des nourrissons. Avec des conséquences dramatiques: plus d'un million et demi de bébés meurent chaque année faute d'être allaités, calcule l'OMS. Nestlé est particulièrement pointée du doigt puisque la multinationale suisse détient à elle seule près de 30% du marché mondial de l'alimentation pour les tout jeunes enfants! Les ventes de lait destinées aux nourrissons représentent un marché annuel de 1,3 milliard par année pour la firme veveysanne, soit environ 1% de son chiffre d'affaires global.

Rapport accablant

Mais il n'y a pas de petits profits... La publicité de Nestlé dans les maternités, auprès de la profession médicale et plus largement au sein de la population se poursuit de plus belle. C'est le résultat des pointages de l'organisation Ibfan, un réseau international d'associations qui lutte pour la protection de l'allaitement maternel. Ibfan vient de publier un rapport détaillé sur ces transgressions. Celui-ci porte sur les pratiques des 11 principales industries de la branche - telles que Nestlé, Danone et Bristol-Myers - dans

me mo La multinationale suisse continue de violer le code de conduite de l'Organisation mondiale de la santé sur la commercialisation des substituts du lait maternel. Un rapport de la très sérieuse organisation Ibfan en donne de nombreuses preuves. L'ancienne directrice de l'Unicef, engagée le 14 avril par Nestlé, a reconnu que la multinationale veveysanne ne respectait pas le code. Ibfan appelle à poursuivre le boycott des produits Nestlé jusqu'à ce que l'entreprise rectifie le tir.

aggraver le mauvais bilan initial de ces produits. Ces problèmes sont très répandus dans de nombreux pays en développement, où quantité de mères n'ont pas accès à une éducation suffisante pour pouvoir préparer ces laits de substitution. Une grande partie d'entre elles étant même illettrée! De plus, ces femmes sont victimes de la publicité idéalisée, souvent trompeuse, que leur présentent les multinationales du lait en poudre. Surtout quand celles-ci leur font passer le message que le lait industriel, «amélioré», est bon pour la santé de leur bébé et laisse penser qu'il est l'équivalent du lait maternel.

«Bon pour la santé»

C'est ce que l'on peut voir dans d'innombrables exemples du rapport d'Ibfan. «Donnez à votre bébé un départ sain avec une bonne alimentation», peut-on lire dans une publicité



Les assemblées générales des actionnaires de Nestlé sont souvent l'occasion pour les ONG de protester contre la politique de la multinationale (ici en 2004). Le 14 avril dernier, Ibfan y a dénoncé les violations du code de l'OMS. Mais Nestlé nie généralement en bloc.

le lait pour nourrissons. Et ce lait reste dans tous les cas bien moins adapté que le lait maternel», continue-t-elle. Autre pratique courante: distribuer des prospectus publicitaires pour ces produits dans les maternités ou les centres de santé. Comme au Botswana ou en Zambie où la loi, inspirée du code de l'OMS, interdit pourtant clairement ce type de pratique: «La loi ne s'avère efficace que lorsqu'elle est accompagnée d'un mécanisme de contrôle. Dans les pays en voie de développement, le seul cas exemplaire est l'Inde. Mais là, Nestlé s'est carrément attaquée à la loi en arguant qu'elle est anticonstitutionnelle. Le jugement est attendu prochainement», raconte Lida Lhotska.

Petits cadeaux et gentillesse

Si la firme n'ose plus distribuer directement des échantillons de lait, elle fait des petits cadeaux aux établissements médicaux, à l'intention des mamans. En France par exemple, où la loi a des lacunes, un autocollant «bébé à bord», avec le logo de Guigoz, une marque de Nestlé, des sparadraps, des petits sacs sont offerts. «Ces cadeaux impriment déjà la marque dans la tête des nouvelles mamans et confèrent une aura médicale aux produits de la marque», explique le rapport. De même, Nestlé distribue aux maternités une brochure «retour à la maison», qui contient de l'information sur la façon de nourrir son bébé, des certificats de vaccination édités par Guigoz, avec de jolis petits lapins, ou encore des blocs-notes et de «carnets de bébé». Dans ces derniers il est écrit: «A cause de la loi, nous ne pouvons plus vous donner de boîtes gratuites, alors assurez-vous d'en acheter une avant d'arriver à la maison!» Guigoz donne aussi dans la fibre écologique: pour chaque adresse électronique de nouvelle maman fournie à la sortie de la maternité, Guigoz s'engage à planter un arbre! Et à envoyer sa publicité...

Conquérir médecins et infirmières

Nestlé essaie aussi souvent de conquérir le «cœur» des infirmières et des médecins. La firme parraine des congrès de médecine tenus dans de très bons hôtels et des lieux balnéaires, sponsorise des séminaires au sein desquels le lait en poudre est mis en valeur, organise des séances de formation avec dîner inclus, etc... Des cours sont aussi organisés par Nestlé pour enseigner au personnel de santé comment manipuler cor-

rectement les produits de la firme. En Egypte, la marque Nido de Nestlé, pour les enfants à partir de 12 mois, est conseillée par l'association égyptienne de pédiatrie, bien que l'OMS recommande l'allaitement jusqu'à 24 mois, et que cette publicité peut influencer les mères de plus jeunes bébés. «La frontière entre l'influence active et la corruption est souvent difficile à déterminer» affirme Lida Lhotska. Elle ajoute que Nestlé exerce aussi un fort lobby auprès des autorités chargées des politiques de santé publique dans de nombreux pays.

Nourris trompeur

Pour finir, une anecdote reflète bien l'impact sur les futures mamans que peuvent avoir les dessins et les logos

présents sur les divers produits. Surtout dans les pays en développement. Au Laos, où Nestlé utilise encore sur l'une de ses étiquettes l'image d'un ours en peluche avec dans ses bras un bébé ours en position d'allaitement. Il s'agit en réalité de l'étiquette d'une crème à café sucrée, sur laquelle est écrit en anglais «Sweetened Beverage Creamer». Or, une étude réalisée par des médecins sur un échantillon de 1000 personnes a montré que 46% d'entre elles pensaient que ce logo signifiait que ce produit était indiqué lors du remplacement du lait maternel. Et il est souvent utilisé comme tel...

Christophe Koessler ■



De nombreux petits cadeaux sont fournis à des centres de santé et des maternités. Cela donne un gage de «sérieux» aux marques...

46 pays sur les trois dernières années. 43 des 208 pages concernent Nestlé.

Piètre succédané

Problème de ces substituts au lait maternel? Ils ne peuvent remplacer les qualités nutritives, immunologiques, voire antiallergiques du lait maternel. L'alimentation à base de lait de vache peut occasionner de graves problèmes pour la santé. Et même souvent la mort. Car une eau insalubre, une dilution trop importante, ou la présence de bactéries dans les boîtes de lait en poudre viennent

de Nestlé destinée à un pays africain, illustrée par un nourrisson joufflu et rieur en arrière-plan. «C'est une nouvelle stratégie des firmes. Prétendre que le lait vendu a un impact positif et spécifique sur la santé. Que ce soit parce qu'il est «probiotique», «bio», «bifidus» qu'il «protège» ou qu'il contient certaines molécules contenues dans le lait maternel comme le «DHA» ou le «ARA», explique Lida Lhotska, responsable d'Ibfan pour l'Europe. «Pourtant, aucune étude indépendante n'a montré l'effet positif de ces substances isolées sur la santé des bébés lorsqu'elles sont ajoutées dans

Changer Nestlé de l'intérieur?

L'ancienne directrice exécutive de l'Unicef, l'agence des Nations Unies pour les droits de l'enfant, a été récemment embauchée au sein de la direction de Nestlé. Une nouvelle qui a saisi de stupeur les ONG qui défendent l'allaitement maternel. Ibfan a écrit le 12 avril une lettre ouverte à cette responsable, Ann Veneman, qui est une politicienne américaine républicaine, ancienne secrétaire à l'agriculture sous le gouvernement Bush. «Nous sommes surpris et tristes que vous vous joigniez au bureau des directeurs de Nestlé, permettant ainsi à Nestlé de réaliser un coup de maître en matière de relations publiques.» Le 14 avril, les ONG ont remis à Ann Veneman une copie de leur rapport sur les violations du code de l'OMS commises par la firme. Celles-ci se sont aussi exprimées ce jour-là lors de l'assemblée des actionnaires de Nestlé pour dénoncer les pratiques de la multinationale. Ann Veneman s'est ensuite exprimée publiquement en reconnaissant que Nestlé ne respectait pas la réglementation internationale et en affirmant qu'elle allait faire pression de l'intérieur pour que la politique de Nestlé change...

CK ■



Avec sa marque Guigoz, Nestlé plante un arbre lorsqu'une maman lui fournit son adresse électronique au sortir de la maternité en France...

Boycott toujours actif

Le code de conduite de l'OMS avait été adopté à la suite d'une vaste campagne de boycott international visant Nestlé à la fin des années 1970. La mobilisation de nombreuses ONG avait pris son essor à la suite d'une condamnation en justice des auteurs d'un petit livre à une amende de 300 francs symboliques pour diffamation. Ceux-ci, membres de l'ONG «Groupe de travail Tiers-Monde de Berne», avaient traduit en allemand la brochure anglaise «The baby killer», et l'ont publiée avec le titre «Nestlé tue des bébés». Les juges avaient considéré que Nestlé ne tuait pas directement des nourrissons et avaient donc retenu la charge de diffamation contre les militants. Si l'on n'entend plus guère parler aujourd'hui de la campagne de boycott de Nestlé, celle-ci est pourtant toujours active sur le plan international, indique Lida Lhotska, d'Ibfan. Il existe des comités chargés de la coordination du boycott dans une vingtaine de pays. De nombreux consommateurs continuent à la pratiquer, assure-t-elle: «En Angleterre, Nestlé se voit parfois refuser ses offres de financement à des universités car les étudiants se mobilisent.» Les ONG étatsuniennes avaient suspendu leur boycott à la fin des années 1980 devant certains efforts faits par la firme, mais ont décidé de le reprendre peu après: «Cela a un peu cassé le mouvement», explique Lida Lhotska. Ibfan continue donc d'appeler au boycott de Nestlé. «Car c'est le point clef sur lequel la multinationale suisse se montre sensible.»

CK ■

Site internet du boycott (en anglais): www.babymilkaction.org/pages/boycott.html