

Research



Évaluation de l'application du code international de commercialisation des substituts du lait maternel selon l'OMS sur l'aspect relatif à l'étiquetage et à la publicité dans la ville de Ngaoundéré (Cameroun)

Hélène Kamo Sélangai, Suzanne Sap Ngo Um, Christelle Maguemning Kom, Isabelle Mekone Nkwele, Yolande Djike Puepi Fokam, Mathurin Neossi Guena, Félicitée Nguéfack

Corresponding author: Hélène Kamo Sélangai, Université de Ngaoundéré, Faculté de Médecine et des Sciences Biomédicales, Yaoundé, Cameroun. nissilena@yahoo.ca

Received: 29 May 2020 - **Accepted:** 22 Jun 2020 - **Published:** 05 Oct 2020

Keywords: Allaitement maternel, substitut du lait maternel, étiquetage, publicité, code international de commercialisation, Organisation Mondiale de la Santé

Copyright: Hélène Kamo Sélangai et al. PAMJ - One Health (ISSN: 2707-2800). This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution International 4.0 License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Cite this article: Évaluation de l'application du code international de commercialisation des substituts du lait maternel selon l'OMS sur l'aspect relatif à l'étiquetage et à la publicité dans la ville de Ngaoundéré (Cameroun) PAMJ - One Health. 2020;3(6). 10.11604/pamj-oh.2020.3.6.23841

Available online at: <https://www.one-health.panafrican-med-journal.com/content/article/3/6/full>

Évaluation de l'application du code international de commercialisation des substituts du lait maternel selon l'OMS sur l'aspect relatif à l'étiquetage et à la publicité dans la ville de Ngaoundéré (Cameroun)

Evaluation of the application of the international code of marketing of breast-milk substitutes (according to the WHO) on labels and advertising in the city of Ngaoundéré (Cameroon)

Hélène Kamo Sélangai^{1,8}, Suzanne Sap Ngo Um², Christelle Maguemning Kom³, Isabelle Mekone Nkwele², Yolande Djike Puepi Fokam⁴, Mathurin Neossi Guena⁵, Félicitée Nguéfack²

¹Université de Ngaoundéré, Faculté de Médecine et des Sciences Biomédicales, Yaoundé, Cameroun,

²Université de Yaoundé I, Faculté de Médecine et des Sciences Biomédicales, Yaoundé, Cameroun,

³Université de Dschang, Ecole Doctorale (Ecole de

Science et de Technologie), Dschang, Cameroun, ⁴University of Buea, Faculty of Health Sciences Medicine, Buea, Cameroon, ⁵Departement de Sciences Biomedicales, Faculty of Science, University of Ngaoundere, Ngaoundere, Cameroon

&Auteur correspondant

Hélène Kamo Sélangai, Université de Ngaoundéré, Faculté de Médecine et des Sciences Biomédicales, Yaoundé, Cameroun

Résumé

Introduction: *l'allaitement maternel est un moyen sans égal de fournir une alimentation idéale pour la croissance et le développement en bonne santé du nourrisson. Les techniques inappropriées de commercialisation des substituts du lait maternel (SLM) qui font concurrence à l'allaitement au sein contribuent à réduire l'efficacité des actions visant à améliorer le taux d'allaitement maternel. Nous avons réalisé une étude donc l'objectif était d'évaluer le respect des règles de l'étiquetage et de la publicité en matière de commercialisation des SLM selon le code international de commercialisation des SLM dans la ville de Ngaoundéré. Méthodes:* *il s'agissait d'une étude transversale, descriptive sur une période de 3 mois (Avril à Juin 2019) dans les structures de vente des SLM et les structures de santé. À l'aide d'un questionnaire nous avons évalué la conformité des informations sur les étiquettes des SLM par rapport aux directives de pratiques d'étiquetage du Code International de Commercialisation des SLM. Par observation direct nous avons recherché la présence des produits publicitaires dans ces structures. Résultats:* *sur les 34 SLM, aucun n'a respecté l'entièreté des règles du code en matière d'étiquetage. Les produits publicitaires ont été retrouvés dans 50% des formations sanitaires, 60% des pharmacies, et 33% des supermarchés. Conclusion:* *malgré les efforts fournis par l'OMS nous constatons des violations relatives à la publicité et une non-conformité de l'étiquetage des SLM. Des stratégies doivent être mises sur pied*

localement avec l'implication des prescripteurs, pharmaciens et les responsables des points de vente pour obliger l'application du code international de commercialisation des SLM.

English abstract

Introduction: *breastfeeding is an unparalleled means of providing an ideal diet for healthy infant growth and development. Inappropriate marketing of breast-milk substitutes (BMSs) that compete with breastfeeding can reduce the effectiveness of actions leading to increase breastfeeding rate. We conducted a study whose purpose was to assess compliance with labeling and advertising regulations of the marketing of BMSs according to the international marketing regulations for BMSs in the city of Ngaoundéré. Methods:* *we conducted a cross-sectional, descriptive study at the structures for the sale of BMSs and the health centers over a 3-month period (April to June 2019). We assessed the compliance of BMSs label information with the recommendations of the International Code of Marketing of BMSs using a questionnaire. The presence of advertising products in these structures was sought by way of investigator's own direct observation. Results:* *out of the 34 BMSs assessed, none complied with the entire labeling regulations of the code. Advertising products were found in 50% of Hospitals, 60% of pharmacies, 33% of supermarkets. Conclusion:* *despite the efforts of the WHO, we found advertising violations and non-compliance with BMS labeling. Strategies should be implemented locally involving prescribers, pharmacists and points of sale in order to ensure compliance with the international marketing code for SLM.*

Key words: *Breastfeeding, breast milk substitute, labeling, advertising, international marketing code, World Health Organization*

Introduction

En 1981, l'assemblée de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) a adopté le Code International de Commercialisation des Substituts du Lait Maternel (SLM) en réponse aux pratiques inappropriées de commercialisation des SLM qui contribuaient au déclin alarmant du taux d'allaitement maternel dans le monde et à l'augmentation du taux de malnutrition, morbidité et mortalité chez les enfants de moins de cinq ans, particulièrement dans les pays en développement [1,2]. Le but de ce code est de contribuer à procurer aux nourrissons une nutrition sûre et adéquate en protégeant et en encourageant l'allaitement au sein et en assurant une utilisation correcte des substituts du lait maternel, quand ceux-ci sont nécessaires, sur la base d'une information adéquate et au moyen d'une commercialisation et d'une distribution appropriées [2]. L'allaitement maternel lorsqu'il est pratiqué dans les normes, favorise le développement sensoriel et cognitif, et protège le nourrisson contre plusieurs maladies infectieuses et chroniques [3,4]. L'allaitement exclusif au sein diminue la mortalité infantile imputable aux maladies courantes de l'enfance comme les diarrhées ou les pneumopathies et il accélère la récupération en cas de maladie [5]. Malgré de nombreuses recommandations émises par Le Fonds des Nations Unies pour l'Enfance (UNICEF) et l'OMS en faveur de l'allaitement maternel exclusif, son taux est faible 33% au Sénégal [6] et la durée moyenne de l'allaitement est de plus en plus réduite. Ce phénomène est en grande partie dû à son remplacement partiel ou total par des laits infantiles [7,8]. Or les mauvaises pratiques en matière d'alimentation des nourrissons tels que le non-respect des normes d'utilisation des substituts du lait maternel, peuvent avoir des répercussions négatives sur la croissance, la santé et le développement des enfants [1]. Elles constituent une cause majeure de mortalité chez les nourrissons et les jeunes enfants car ces enfants sont fortement exposés aux risques de sous-nutrition, de maladies et de décès [1,9]. Dans la Région de l'Adamoua au Cameroun, un enfant sur

5 souffre d'insuffisance pondérale et ceci est lié à de mauvaises pratiques nutritionnelles (EDS 2011).

Le fait d'idéaliser un produit, quel que soit le moyen, va influencer le choix d'alimentation de la mère [9]. Le mode d'opération des industries par une publicité des aliments pour bébés peut avoir une grande influence sur la santé [10]. Les mères auront tendance à choisir les SLM. Ceci est très souvent aggravé par les agents de santé qui délivrent un avis médical parfois erroné du fait qu'ils n'ont pas les bonnes compétences ni reçu une formation dans le soutien des mères allaitantes [11]. Sachant que les SLM ne possèdent pas toutes les caractéristiques du lait maternel sa commercialisation est alors encadrée par le Code international de l'OMS [12]. Ce code est un document qui contient un ensemble de recommandations qui encadre les activités de commercialisation de tout produit utilisé comme aliment de substitution au lait maternel. Ainsi, selon l'article 5 du code de commercialisation des SLM, il ne devrait y avoir ni publicité, ni aucune forme de promotion auprès du grand public ou 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 [2]. Le même code stipule dans son article 9. 1, que les étiquettes devraient être conçues de manière à fournir les renseignements nécessaires pour une utilisation appropriée du produit, et à ne pas décourager l'allaitement au sein [2]. Selon les normes de l'OMS, environ 18 règles doivent être respectées pour un bon étiquetage [2] (Tableau 1). L'objectif de ce travail était d'évaluer le respect des règles de l'étiquetage et de la publicité en matière de commercialisation des SLM selon le code international de commercialisation des SLM dans la ville de Ngaoundéré.

Méthodes

Il s'agissait d'une étude transversale, descriptive sur une période de 3 mois (avril à juin 2019) menée dans toutes les formations sanitaires, les

pharmacies, les supermarchés et les grandes surfaces de la ville de Ngaoundéré. Il s'agit du chef-lieu de la région de l'Adamoua ayant environ 200 000 habitants. Au total 20 formations sanitaires, 10 pharmacies, 3 supermarchés, et 2 grandes surfaces ont été inclus. Dans les différents points de vente, les étiquettes de 3 SLM différents choisis au hasard ont été photographiées et un questionnaire a été rempli à partir des photos prises. Les insuffisances en matière d'étiquetage ont été notées. Le respect des normes demandait le respect de toutes les règles en vigueur en matière d'étiquetage. Pour la publicité, nous avons procédé à l'identification de tout objet de publicité dans les formations sanitaires, et les différents points de vente.

Plan d'analyse: après le recueil des données, nous avons procédé au contrôle manuel de la qualité des fiches puis à leur saisie sur un fichier Excel. Sur chaque fiche, toutes les règles de l'étiquetage ont été évaluées. Un score de 0 correspondait à l'étiquette qui avait rempli toutes les critères, à chaque critère non respecté un score de -1 a été attribué. Ainsi l'étiquette qui a eu le plus bas chiffre correspondait à celui qui respecte le moins de critère en matière d'étiquetage. L'analyse a été faite sur ce même logiciel Excel. Les scores et les proportions ont été utilisés pour les descriptions.

Résultats

Caractéristiques de l'échantillon : notre étude a porté sur Trente-quatre (34) SLM. Nous avons identifié au total 4 fabricants de SLM (Bledina, Nestlé, France lait et Pharmalys Laboratories Switzerland) dans la ville de Ngaoundéré. La majorité de notre échantillon était composé des produits issus des fabricants Bledina suivi de Nestlé. Pour chacun des fabricants, les produits ont été évalués individuellement puis sommés pour obtenir un score final affecté au fabricant.

Conformité en matière d'étiquetage des SLM selon le code international de commercialisation : sur les 34 SLM évalués, aucun n'a obtenu le score de zéro (0) qui correspondait à la conformité en

matière d'étiquetage selon code international de commercialisation des SLM. Les scores obtenus variaient de -1 à -4, c'est à dire de 1 règle à 4 règles non respectées (Figure 1). Le plus mauvais score obtenu revenait au Pré Nursie du fabricant Danone qui avait un score de -4. Les insuffisances majeures en matière d'étiquetage étaient : l'absence d'avertissement sur les risques de santé résultant de la préparation inadéquate du lait, la présence de l'invitation à entrer en contact (directement ou indirectement) avec la compagnie, les textes qui peuvent idéaliser l'utilisation des SLM, l'impression sur l'emballage ou étiquette mal fixée/collée et l'absence du numéro de lot (Tableau 2).

Proportion de formation sanitaire, de pharmacie, de grande surface et de supermarché disposant de produits de publicité des SLM: des visites effectuées au niveau des formations sanitaires, pharmacies, supermarchés et grandes surfaces nous ont permis d'observer la présence des objets de publicité tels que des brochures de Pharmalys Laboratories (Sitzerland) dépliant Blédina, stylo Blédina, mètre ruban Blédina. Ces objets étaient utilisés par le personnel médical. La proportion de formation sanitaire disposant des produits publicitaires était de 50%, de 60% au niveau des pharmacies, 33,33% au niveau des supermarchés et de 0% au niveau des grandes surfaces. Les règles relatives à la commercialisation en matière de publicité des SLM étaient seulement respectées au niveau des grandes surfaces, où on ne retrouvait aucun de ces produits publicitaires (Tableau 3).

Discussion

Énoncé des principaux résultats: dans notre étude nous avons trouvé qu'aucun SLM n'a respecté tous les règles de l'étiquetage en vigueur. Nos résultats sont similaires à ceux de l'étude menée par Helen Keller international en 2015 portant sur l'évaluation des pratiques d'étiquetage sur des échantillons de Substituts de Lait Maternel, département au Sénégal [13]. Dans cette étude comme dans la nôtre les mêmes violations de règles de l'étiquetage ont été retrouvées.

AJawaldeh *et al.* en 2018 dans la Région de la Méditerranée orientale avait également constaté le non-respect de l'entièreté des règles du code de commercialisation des SLM et invitait la plupart des pays à revoir et modifier la législation nationale existante pour appliquer pleinement le code et les résolutions pertinentes de l'Assemblée Mondiale de la Santé [14]. La présence des objets publicitaires en milieu hospitalier, pharmacie et supermarché constitue une violation de l'article 6 du code de commercialisation des SLM. En Mars 2018 l'ACF (Action Contre la Faim) dans son rapport intitulé le Marketing abusif des laits infantiles il avait été noté au Cameroun, la présence de nombreux équipements des professionnels de santé portant le logo de Blédina et la distribution de dons d'équipements contenant ce logo même dans un hôpital de Maroua dans la région de l'extrême nord du pays [9].

Importance des trouvailles: toutes ces violations nuisent à la pratique de l'allaitement maternel car favorisant l'utilisation des SLM. Les pays qui ont adopté une législation appliquant les dispositions du code international ont constaté une augmentation des taux d'allaitement maternel avec une amélioration de la santé des nourrissons [15]. Au vue de ces résultats il y a une nécessité d'inviter clairement tous les fabricants de respecter les directives relatives aux bonnes pratiques d'étiquetage et de la promotion des aliments destinés aux nourrissons et aux jeunes enfants. L'éducation et la formation des professionnels de la santé, des pharmaciens et les responsables des points de vente sur l'allaitement maternel et le Code international sont essentielles pour réussir [16]. Les dirigeants des pays en voie de développement doivent aussi prendre conscience de l'importance de l'allaitement maternel pour la santé et lutter efficacement contre la violation du code de commercialisation des SLM dans leur pays.

Perspectives: le code de commercialisation existe bien dans plusieurs pays africains comme le Cameroun mais il n'est pas respecté. Il reste à trouver de bonnes stratégies à mettre sur pied localement avec l'implication des prescripteurs,

des responsables des points de vente pour obliger son application.

Conclusion

Le Code International de Commercialisation des SLM a été adopté en réponse aux pratiques inappropriées de commercialisation de ces laits qui contribuaient au déclin alarmant du taux d'allaitement maternel dans le monde et à l'augmentation du taux de malnutrition, morbidité et mortalité chez les enfants de moins de cinq ans, particulièrement dans les pays en développement. Le fait d'idéaliser un produit va influencer le choix d'alimentation de la mère. Notre travail a été réalisé dans le but d'évaluer le respect de l'application du code sur l'aspect de l'étiquetage et de la publicité en matière de commercialisation des SLM dans la ville de Ngaoundéré (Cameroun). Nos résultats montrent qu'aucun SLM dans notre étude n'est conforme aux directives de l'étiquetage et Les règles relatives à la commercialisation en matière de publicité des SLM ne sont pas respectées dans les formations sanitaires, les pharmacies et les supermarchés. Il est temps d'inviter clairement tous les fabricants à respecter les directives relatives aux bonnes pratiques d'étiquetage et de la promotion des aliments destinés aux nourrissons et aux jeunes enfants. Les dirigeants des pays doivent prendre conscience de l'importance de l'allaitement maternel pour la santé et lutter efficacement contre la violation du code de commercialisation des SLM dans leurs pays. De bonnes stratégies doivent être mises sur pied localement avec l'implication, des pharmaciens et les des responsables des points de vente pour obliger l'application du code international de commercialisation des SLM.

Qu'est ce qui est connu sur ce sujet

- *Le Code International de Commercialisation des SLM a été élaboré en réponse aux pratiques inappropriées de commercialisation des substituts de lait maternel;*

- *Le taux de l'allaitement maternel est encore faible bien que le code a été adopté par plusieurs pays;*
- *Le code international de commercialisation des substituts de lait maternel n'est pas respecté.*

Qu'est-ce que votre étude apporte de nouveau

- *À Ngaoundéré (Cameroun) le code international de commercialisation des substituts de lait maternel n'est toujours pas respecté bien que certaines études avaient déjà attirés l'attention sur la violation de ce code au Cameroun;*
- *Trouver des stratégies pour obliger l'application du code de commercialisation des substituts de lait maternel afin favoriser une meilleure santé des enfants;*
- *Impliquer les personnels de santé, les pharmaciens et les responsables des points de vente dans la lutte contre la violation du code de commercialisation des SLM.*

Conflits d'intérêts

Les auteurs ne déclarent aucun conflit d'intérêt.

Contributions des auteurs

Hélène Kamo Sélangai: supervision de collecte de sur le terrain l'analyse et l'interprétation de données; la rédaction de l'article et révision critique du contenu et; l'approbation finale de la version à publier. Suzanne Sap Ngo Um: l'interprétation de données; la rédaction de l'article et révision critique du contenu; l'approbation finale de la version à publier et recherche du journal pour publication. Christelle Maguemning Kom: collecte des données sur le terrain à l'acquisition de données; la rédaction de l'article et ; l'approbation finale de la version à publier. Isabelle Mekone Nkwele: analyse et l'interprétation de données; révision critique du contenu et; l'approbation finale de la version à publier. Yolande Njike Puepi Fokam: analyse et l'interprétation de données; révision critique du

contenu et; l'approbation finale de la version à publier. Mathurin Neossi Guena: analyse et l'interprétation de données; révision critique du contenu et; l'approbation finale de la version à publier. Félicitée Nguefack : analyse et l'interprétation de données; révision critique du contenu et; l'approbation finale de la version à publier.

Remerciements

Nous remercions le Pr. Zambou Ngoufack François de l'Université de Dschang pour avoir donné quelques orientations au début de ce travail. A la délégation Régionale de la Santé Publique de l'Adamaoua (Cameroun) pour avoir donné l'autorisation et la clairance éthique pour la réalisation de ce travail.

Tableaux et figure

Tableau 1: normes d'étiquetages extrait du code international de commercialisation des SLM

Tableau 2: les règles du code international de commercialisation des SLM non respectées

Tableau 3: types de produits publicitaires retrouvés selon les formations sanitaires et les structures commerciales

Figure 1: score des étiquettes des SLM par produit dans la ville de Ngaoundéré

Références

1. Sokol E, Aguayo VM, Clark D. Protéger l'allaitement maternel en Afrique de l'Ouest et du Centre, 25 années d'application du Code International sur la Commercialisation des Substituts du Lait Maternel. UNICEF Bureau Régional pour l'Afrique de l'Ouest et du Centre. 2007.

2. Organisation mondiale de la santé. Code international de commercialisation des substituts du lait maternel, 1981. Consulté le 22 Mai 2020.
3. Beaudry M, Dufour R, Marcoux S. Allaitement maternel et protection contre l'infection dans les pays industrialisés. *Arch Pediatr*. 1996;3 Suppl 1: 126s-127s. **Google Scholar**
4. WHO. Collaborative Study Team on the Role of Breastfeeding on the Prevention of Infant Mortality. Effect of breast-feeding on infant and child mortality due to infectious disease in less developed countries: a pooled analysis. *Lancet*. 2000 Feb 5;355(9202): 451-5. **PubMed | Google Scholar**
5. Kramer MS, Chalmers B, Hodnett ED, Sevkovskaya Z, Dzikovich I, Shapiro S *et al*. Promotion of Breastfeeding Intervention Trial (PROBIT): a randomized trial in the Republic of Belarus. *Journal of the American Medical Association*. *JAMA*. 2001 Jan 24-31;285(4): 413-20. **PubMed | Google Scholar**
6. Feeley AB, Ndeye Coly A, Sy Gueye NY, Diop EI, Pries AM, Champeny M *et al*. Promotion and consumption of commercially produced foods among children: situation analysis in an urban setting in Senegal. *Maternal & Child Nutrition*. 2016 Apr;12 Suppl 2(Suppl 2): 64-76. **PubMed | Google Scholar**
7. UNICEF. Guide de programmation sur l'alimentation du nourrisson et du jeune enfant. Section de Nutrition, Programmes, UNICEF NewYork. Juin 2012. **Google Scholar**
8. Lake L, Kroon M, Sanders D, Goga A, Witten C, Swart R *et al*. Child health, infant formula funding and South African health professionals: Eliminating conflict of interest. *S Afr Med J*. 2019 Nov 27;109(12): 902-906. **PubMed | Google Scholar**
9. Coline Beytout. Le marketing abusif des laits infantiles, État des lieux des pratiques des entreprises. Action contre la faim internationale. Mars 2018.
10. Tanrikulu H, Neri D, Robertson A, Mialon M. Corporate political activity of the baby food industry: the example of Nestlé in the United States of America. *Int Breastfeed J*. 2020 Apr 8;15(1): 22. **PubMed | Google Scholar**
11. UNICEF. Nutrition, allaitement. 2015. Accessed 22 may2020.
12. Robinson H, Buccini G, Curry L, Perez-Escamilla R. The World Health Organization Code and exclusive breastfeeding in China, India, and Vietnam. *Matern Child Nutr*. 2019 Jan;15(1): e12685. **PubMed | Google Scholar**
13. Helen Keller International. Evaluation des pratiques d'étiquetage sur des échantillons de Substituts du Lait Maternel Département de Dakar, Sénégal. Helen Keller International, Dakar, Sénégal. 2015.
14. Al Jawaldeh A, Sayed G. Implementation of the International Code of Marketing of Breastmilk Substitutes in the Eastern Mediterranean Region. *East Mediterr Health J*. 2018 Apr 5;24(1): 25-32. **PubMed**
15. Barennes H, Slesak G, Goyet S, Aaron P, Srour LM. Enforcing the International Code of Marketing of Breast-milk Substitutes for Better Promotion of Exclusive Breastfeeding: Can Lessons Be Learned. *J Hum Lact*. 2016;32(1): 20-27. **PubMed | Google Scholar**
16. United States Breastfeeding Committee. Core Competencies in Breastfeeding Care and Services for All Health Professions. Washington, DC: United States Breastfeeding Committee; Rev ed. 2010.

Tableau 1: normes d'étiquetage extrait du code international de commercialisation des SLM	
Les étiquettes de produits doivent comporter	
	Impression sur l'emballage ou étiquette bien fixée/collée
	Mots comme < avis important> ou leur équivalent
	Instructions sur les méthodes de préparation appropriées du produit
	Avertissement sur les risques de santé résultant de la préparation inadéquate
	La mention du fait que le produit ne doit être utilisé que sur l'avis d'un agent de santé qui en aurait indiqué la nécessité et expliqué le mode d'emploi correct
	La mention de la supériorité du l'allaitement au sein
	Composition nutritionnelle/analyse du produit
	Ingrédients utilisés
	Conditions de stockage
	Numéro de lot
	Date limite de consommation
	Un avertissement sur les microorganismes pathogènes qui peuvent être présents dans les formules pour nourrisson et donc ces formules doivent être préparé de façon adéquate
À ne pas écrire sur les étiquettes	
	Les termes < humanisé>, <maternisé> ou similaire
	L'image d'un nourrisson
	Tout image qui ne démontre la méthode de préparation, ni ne sert à identifier le produit comme un substitut du lait maternel
	Tout texte qui peut idéaliser l'utilisation des SLM, décourager ou saper l'allaitement maternel
	Invitation à entrer en contact (directement ou indirectement) avec la compagnie
	Texte ou matériel qui induit une vente promotionnelle du produit

Tableau 2: les règles du code international de commercialisation des SLM non respectées

Les règles du code international de commercialisation des SLM non respectées	Nombre de boîte de lait présentant une violation du code
L'absence d'avertissement sur les risques de santé résultant de la préparation inadéquate	34
Invitation à entrer en contact (directement ou indirectement) avec la compagnie	30
Présence de texte qui peut idéaliser l'utilisation des SLM	30
Impression sur l'emballage ou étiquette bien fixée/collée	20
L'absence du numéro de lot	3

Ce tableau montre que certaines règles sont moins respectées par la majorité fabricants de laits

Tableau 3: types de produits publicitaires retrouvés selon les formations sanitaires et les structures commerciales

CENTRE DE SANTÉ	PHARMACIES	SUPERS MARCHÉS	GRANDES SURFACES
Brochures	Brochures	Calendrier	/
Dépliants	Dépliants	Dépliants	
Stylos	Calendrier		
Calendriers			
Logos sur les équipements			

En dehors des grandes surfaces, tous les centres de santé, pharmacie, et supermarché disposaient des produits publicitaires

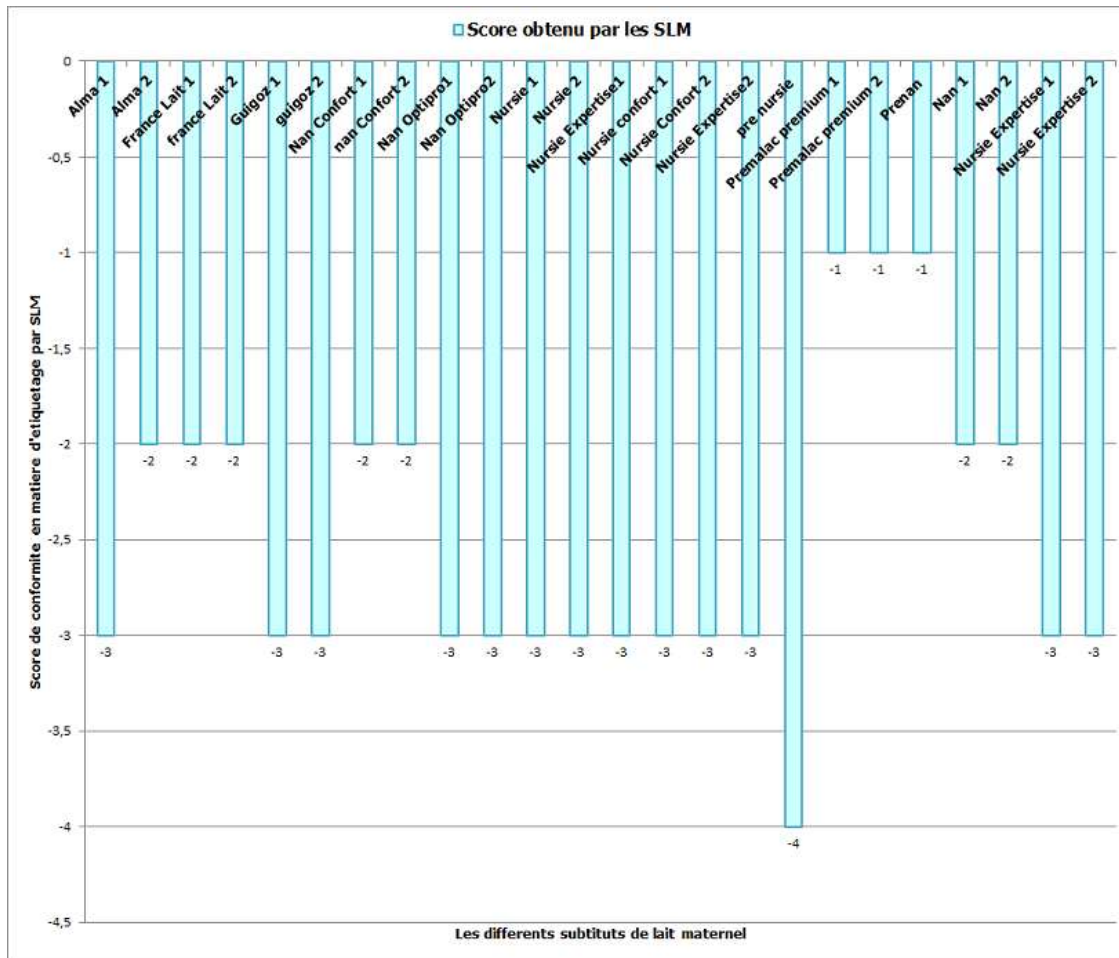


Figure 1: score des étiquettes des SLM par produit dans la ville de Ngaoundéré