

Office fédéral de la sécurité alimentaire
Schwarzenburgstrasse 155
3003 Berne

Lausanne, le 26 février 2016

Consultation concernant le rapport de l'OMS sur la Nutrition chez la mère, le nourrisson et le jeune enfant

Madame, Monsieur,

La Fédération romande des consommateurs (FRC) vous remercie de l'avoir associée à la consultation relative à l'objet susmentionné et vous prie de trouver ses commentaires ci-dessous.

Commentaire général

La FRC salue l'intention générale de promouvoir l'allaitement et de mettre un cadre strict à la promotion des aliments pour nourrissons et jeunes enfants. Nous saluons également le fait de mentionner particulièrement le besoin de prévenir les conflits d'intérêt lors de l'élaboration et l'exécution des programmes nutritionnels, car les intérêts économiques de certains acteurs ne doivent pas dominer les politiques censées protéger la santé de la population.

La FRC remarque positivement que l'OMS a aidé plusieurs pays à mettre en place un étiquetage nutritionnel convivial (paragraphe 19). Il serait intéressant de demander à l'OMS de favoriser la même chose en région européenne où les consommateurs demandent aussi d'avoir un étiquetage compréhensible.

Nos regrettons en revanche le fait que les recommandations ne remplissent pas l'idée de base de ce document qui était de préciser les formes inappropriées de promotion des aliments destinés au nourrisson et au jeune enfant. En lieu et place, elles énumèrent des standards généraux peu contraignants pour autoriser la promotion de ces produits. Cette réponse n'est pas à la hauteur des attentes et ne va pas inciter les pays à instaurer des limites pour la promotion des aliments concernés. Le profil nutritionnel élaboré par l'OMS Europe comme référence de base donnerait une réponse plus précise et plus utile.

Nous regrettons également la formulation de la recommandation concernant les messages de promotion. En mélangeant l'information et les messages promotionnels dans le même paragraphe, deux intentions différentes sont mélangées, ce qui risque d'annuler l'effet souhaité.

Commentaires de détail

OP2c : La FRC salue la volonté exprimée d'appliquer les dispositions du Code international de commercialisation des substituts de lait maternel aux à tous les produits lactés, y compris les préparations de suite et les laits de croissance. Elle salue également le fait que les états membres doivent instaurer un système de suivi.

OP2d : En revanche, la FRC n'approuve pas la référence aux normes et lignes directrices du Codex que les états membres devraient mettre en œuvre, alors que certains de ces standards protègent moins bien les consommateurs, dont les enfants, que les normes édictées par l'OMS ou que les lois que certains pays ont déjà mises en place. Nous demandons que notamment la mention ouverte « autres normes et lignes directrices pertinentes du Codex » soit supprimée. Dans un texte d'une telle importance, il vaut mieux limiter la possibilité de diluer le but visé : la protection des enfants en bas âge.

OP2e : La FRC salue le fait de vouloir créer des espaces pour les petits enfants sans publicités pour des aliments riches en acides gras saturés, en sucres et en sel. Cette volonté devrait être étendue à des enfants plus âgés.

Annexe

Point 2. La FRC approuve la définition des jeunes enfants jusqu'à trois ans, ainsi que les techniques de marketing décrites.

Recommandation 3 : La FRC regrette que ce document ne remplisse pas le rôle qui lui était dévolu, c'est à dire « donner des précisions sur les formes inappropriées de promotion des aliments destinés au nourrisson et au jeune enfant¹ ». Au lieu de préciser les formes inappropriées, donc d'être limitant, ce paragraphe énumère des normes qui permettraient justement de faire de la promotion, donc il ouvre plutôt le champ. Ce genre de définition n'encourage pas les pays à limiter le marketing.

Le profil nutritionnel élaboré par le bureau européen de l'OMS serait bien mieux adapté à effectivement limiter la promotion d'aliments inadaptés. La FRC propose donc de changer le concept: **Les autres aliments destinés aux nourrissons et jeunes enfants peuvent uniquement faire l'objet d'une promotion s'ils répondent aux profils nutritionnels élaborés par l'OMS, notamment par le bureau Europe.**

Recommandation 4 : La FRC regrette le mélange dans ce paragraphe qui traite des messages promotionnels (à limiter) et les informations sur le produit (à renforcer) dans la même phrase et grâce aux mêmes sous-points. Pour la FRC, il est important que les informations soient aisément compréhensibles et non les messages promotionnels. Il faut donc séparer ces sujets.

Les recommandations 5 et 6 sont positives et remplissent bien le rôle attendu. Il faut toutefois être attentif à ne pas annuler les recommandations en situation d'urgence. Il manque un garde-fou dans ce sous-point.

Remarques finales

¹ WHA65.6

La FRC vous remercie de l'avoir associée à ce projet de portée internationale. Elle remercie de bien vouloir tenir compte de nos remarques et recommandations basées sur notre expérience de terrain.

Nous vous prions de recevoir, Madame, Monsieur, nos salutations les meilleures.

Fédération romande des consommateurs

Mathieu Fleury
Secrétaire général

Barbara Pfenniger
Responsable alimentation