

Intervention de IBFAN-GIFA lors de l'Assemblée Générale de Nestlé

7 avril 2016

Mesdames, messieurs, membres du conseil, Mr. le président, bonjour

Mon nom est Rebecca Norton. Je suis cadre en santé publique, spécialisée dans le domaine de l'allaitement maternel. Je m'adresse à vous au nom de l'Association Genevoise pour l'Alimentation Infantile, bureau de liaison international du réseau IBFAN. En relations officielles avec l'OMS, nous sommes financés par la direction de la santé du canton de Genève.

A l'occasion de ce 150ème anniversaire, et de la journée mondiale de la santé célébrée aujourd'hui, nous aimerions saluer le fait que Nestlé, en page 60 du rapport « *Creating shared values* », reconnaît enfin les recommandations internationales de l'OMS en matière d'allaitement dans leur intégralité. Ceci est un changement bienvenu, demandé par IBFAN depuis de nombreuses années.

Cependant : Pourquoi, malgré les déclarations de Nestlé, ici en Suisse, comme dans de nombreux autres pays, les parents continuent-ils à être induits en erreur par des stratégies de marketing trompeuses ? Pourquoi continue-t-on de lire, sur les publicités et produits Nestlé, que l'OMS recommande l'allaitement exclusif pendant les 6 premiers mois ? Qu'en est-il de la seconde partie de la recommandation de l'OMS, de poursuivre l'allaitement jusqu'à 2 ans ou plus ? Un oubli ? Ou une stratégie subtile pour inciter à la consommation des laits de suite ?

Pourtant, l'observation 15 sur l'article 24 sur le droit à la santé, de la Convention des droits de l'enfant de l'ONU stipule de manière explicite que les entreprises privées devraient se conformer à toutes les dispositions du Code international de commercialisation des substituts du lait maternel et résolutions de l'OMS. En février 2015, le Comité des droits de l'enfant a également recommandé à la Suisse de veiller à ce que le Code international soit appliqué strictement. Pour finir, l'OMS et UNICEF Suisse ont récemment clarifié que les laits de suite ne sont pas nécessaires.

Alors, quand pouvons-nous nous voir les actes se joindre aux jolies phrases du rapport « *Creating shared values* » ? Qu'en est-il de des valeurs et principes solides, de l'importance du respect des droits humains, et du devoir de respecter les normes internationales- joliment décrites dans ce rapport ? Restent-ils toujours valides et d'actualité lorsqu'il s'agit du marketing ? Ou, est-ce de la poudre aux yeux, pour vous convaincre, vous les actionnaires, que Nestlé est une entreprise irréprochable?

Si Henri Nestlé était là aujourd'hui, avec ces même valeurs, et s'il savait tout ce que l'on sait maintenant sur l'importance de l'allaitement maternel partout dans le monde y compris en Suisse- n'agirait-il pas autrement, de sorte que les laits artificiels, certes utiles pour certains, ne soient pas des instruments de profit, mais qu'ils soient commercialisés en respectant les standards internationaux et droits humains?

Nous osons croire que oui, et les 150 ans de l'entreprise sont pour nous l'occasion de demander à Nestlé d'honorer ses engagements, en mettant la santé et le droit des enfants avant le marketing et les profits. Nos enfants nous en remercieront.

Je vous remercie pour votre attention.