

OUTIL NETCODE

SUIVI DE LA COMMERCIALISATION DES
SUBSTITUTS DU LAIT MATERNEL :
**PROTOCOLE APPLICABLE
AUX ÉVALUATIONS
PÉRIODIQUES**



Organisation
mondiale de la Santé

unicef 

OUTIL NETCODE

SUIVI DE LA COMMERCIALISATION DES SUBSTITUTS DU LAIT MATERNEL : **PROTOCOLE APPLICABLE AUX ÉVALUATIONS PÉRIODIQUES**

Conçu par le Réseau de suivi mondial et de soutien à la mise en œuvre du Code international de commercialisation des substituts du lait maternel et des résolutions pertinentes adoptées ultérieurement par l'Assemblée mondiale de la Santé (NetCode)



Organisation
mondiale de la Santé



Outil NetCode suivi de la commercialisation des substituts du lait maternel : protocole applicable aux évaluations périodiques [NetCode toolkit. Monitoring the marketing of breast-milk substitutes: protocol for periodic assessments]

ISBN 978-92-4-251349-3

© **Organisation mondiale de la Santé 2018**

Certains droits réservés. La présente publication est disponible sous la licence Creative Commons Attribution – Pas d'utilisation commerciale – Partage dans les mêmes conditions 3.0 IGO (CC BYNC-SA 3.0 IGO ; <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/igo>).

Aux termes de cette licence, vous pouvez copier, distribuer et adapter l'œuvre à des fins non commerciales, pour autant que l'œuvre soit citée de manière appropriée, comme il est indiqué cidessous. Dans l'utilisation qui sera faite de l'œuvre, quelle qu'elle soit, il ne devra pas être suggéré que l'OMS approuve une organisation, des produits ou des services particuliers. L'utilisation de l'emblème de l'OMS est interdite. Si vous adaptez cette œuvre, vous êtes tenu de diffuser toute nouvelle œuvre sous la même licence Creative Commons ou sous une licence équivalente. Si vous traduisez cette œuvre, il vous est demandé d'ajouter la clause de non responsabilité suivante à la citation suggérée : « La présente traduction n'a pas été établie par l'Organisation mondiale de la Santé (OMS). L'OMS ne saurait être tenue pour responsable du contenu ou de l'exactitude de la présente traduction. L'édition originale anglaise est l'édition authentique qui fait foi ».

Toute médiation relative à un différend survenu dans le cadre de la licence sera menée conformément au Règlement de médiation de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle.

Citation suggérée. Outil NetCode suivi de la commercialisation des substituts du lait maternel : protocole applicable aux évaluations périodiques [NetCode toolkit. Monitoring the marketing of breast-milk substitutes: protocol for periodic assessments]. Geneva : Organisation mondiale de la Santé ; 2018. Licence : [CC BY-NC-SA 3.0 IGO](#).

Catalogage à la source. Disponible à l'adresse <http://apps.who.int/iris>.

Ventes, droits et licences. Pour acheter les publications de l'OMS, voir <http://apps.who.int/bookorders>. Pour soumettre une demande en vue d'un usage commercial ou une demande concernant les droits et licences, voir <http://www.who.int/about/licensing>.

Matériel attribué à des tiers. Si vous souhaitez réutiliser du matériel figurant dans la présente œuvre qui est attribué à un tiers, tel que des tableaux, figures ou images, il vous appartient de déterminer si une permission doit être obtenue pour un tel usage et d'obtenir cette permission du titulaire du droit d'auteur. L'utilisateur s'expose seul au risque de plaintes résultant d'une infraction au droit d'auteur dont est titulaire un tiers sur un élément de la présente œuvre.

Clause générale de non responsabilité. Les appellations employées dans la présente publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'OMS aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. Les traits discontinus formés d'une succession de points ou de tirets sur les cartes représentent des frontières approximatives dont le tracé peut ne pas avoir fait l'objet d'un accord définitif.

La mention de firmes et de produits commerciaux ne signifie pas que ces firmes et ces produits commerciaux sont agréés ou recommandés par l'OMS, de préférence à d'autres de nature analogue. Sauf erreur ou omission, une majuscule initiale indique qu'il s'agit d'un nom déposé.

L'Organisation mondiale de la Santé a pris toutes les précautions raisonnables pour vérifier les informations contenues dans la présente publication. Toutefois, le matériel publié est diffusé sans aucune garantie, expresse ou implicite. La responsabilité de l'interprétation et de l'utilisation dudit matériel incombe au lecteur. En aucun cas, l'OMS ne saurait être tenue responsable des préjudices subis du fait de son utilisation.

Mise au point rédactionnelle : Karen McColl.

Couverture et mise en page : Alberto March (Barcelone, Espagne).

Crédit photo (première page de couverture) : © UNICEF/NYHQ2012-1104/Noorani.

Imprimé en Suisse.

TABLE DES MATIÈRES

CADRE GÉNÉRAL	2
<i>Comprendre le code</i>	4
<i>Une boîte à outils pour la surveillance continue et l'évaluation périodique du Code</i>	6
<i>Comment choisir le protocole à utiliser</i>	7
<i>Utilisateurs prévus</i>	8
APERÇU DU PROTOCOLE D'ÉVALUATION PÉRIODIQUE	11
<i>Fréquence</i>	12
<i>Emplacement</i>	12
<i>Produits couverts par l'évaluation</i>	12
<i>Les principaux canaux et/ou répondants ciblés dans l'évaluation</i>	12
<i>Planifier et préparer une évaluation</i>	13
<i>Estimer les coûts</i>	16
<i>Éthique et approbation éthique</i>	17
A-LE MODULE MÈRES ET ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ	19
<i>Objectifs</i>	20
<i>Indicateurs</i>	20
<i>Collecte de données</i>	25
<i>Examen de documents</i>	26
<i>Entrée de données et contrôle de qualité</i>	26
<i>Analyse de données et interprétation</i>	26
<i>Résumé/organigramme de travail</i>	28

B-LE MODULE RETAIL ET LABEL	31
<i>Objectifs</i>	32
<i>Indicateurs</i>	32
<i>Procédure d'échantillonnage</i>	32
<i>Collecte de données</i>	33
<i>Examen des étiquettes et des matériaux</i>	34
<i>Entrée de données et contrôle de qualité</i>	34
<i>Analyse de données et interprétation</i>	35
<i>Résumé/organigramme de travail</i>	39
C-MODULE RELATIF AUX MÉDIAS (TÉLÉVISION ET INTERNET)	41
<i>Publicité télévisée</i>	42
<i>Objectifs</i>	42
<i>Indicateurs</i>	42
<i>Procédure d'échantillonnage</i>	42
<i>Collecte de données</i>	43
<i>Publicité sur Internet</i>	44
<i>Objectifs</i>	44
<i>Procédure d'échantillonnage</i>	44
<i>Collecte de données</i>	44
<i>Analyse de données et interprétation</i>	45
<i>Résumé/organigramme de travail</i>	46
DIFFUSION DES RÉSULTATS	49
<i>Rapport d'évaluation et présentation</i>	51

ANNEXES


ANNEXE 1	DÉVELOPPEMENT ET AFFINAGE D'UNE LISTE PRINCIPALE DES INSTALLATIONS DE SANTÉ	54
ANNEXE 2	PROCÉDURE D'ÉCHANTILLONNAGE PPS : GUIDE ÉTAPE PAR ÉTAPE	57
ANNEXE 3	MANUEL DE L'INTERVIEWEUR	58
ANNEXE 4	FORMULAIRE EXCEL POUR LA SAISIE DES DONNÉES DU QUESTIONNAIRE DES MÈRES	67
ANNEXE 5	RÉPARTITION PROPOSÉE DES INDICATEURS POUR L'ANALYSE – MÈRES ET ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ	68
ANNEXE 6	RÉPARTITION PROPOSÉE DES INDICATEURS POUR L'ANALYSE – POINT DE VENTE	73
ANNEXE 7	TABLEAUX D'ANALYSE DES DONNÉES POUR LES PROMOTIONS TÉLÉVISÉES	74
ANNEXE 8	TABLES D'ANALYSE DE DONNÉES POUR LA PUBLICITÉ SUR INTERNET	77
ANNEXE 9	ÉCHÉANCIER DU MODÈLE POUR LE RAPPORT COMPLET DE L'ÉVALUATION	80
ANNEXE 10	MODÈLE DE GABARIT POUR UN RAPPORT SOMMAIRE SUR L'ÉVALUATION	81
ANNEXE 11	PRÉSENTATION DU POWERPOINT DU MODÈLE DE RÉSULTATS DE L'ÉVALUATION	82
FORMULAIRES		
FORMULAIRE 1	QUESTIONNAIRE POUR LES MÈRES	86
FORMULAIRE 2	QUESTIONNAIRE D'ÉVALUATION DES ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ	99
FORMULAIRE 3	LISTE DE VÉRIFICATION DES PROMOTIONS DES ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ	103
FORMULAIRE 4	EXAMEN DE DOCUMENTS PROMOTIONNELS ET ÉDUCATIFS	106
FORMULAIRE 5	LISTE DES PRODUITS PERTINENTS VENDUS AU POINT DE VENTE	110
FORMULAIRE 6	PROMOTIONS DANS LES POINTS DE VENTE ET LES PHARMACIES	111
FORMULAIRE 7	EXAMEN DE BUREAU DES ÉTIQUETTES	113
FORMULAIRE 8	EXAMEN SUR DOSSIER DES PROMOTIONS DIFFUSÉES DANS LES MÉDIAS	117



© UNICEF



À PROPOS DU RÉSEAU NETCODE



L'OMS, en collaboration avec l'UNICEF, a établi en 2014 un Réseau de suivi mondial et de soutien à la mise en œuvre du Code international de commercialisation des substituts du lait maternel et des résolutions pertinentes adoptées ultérieurement par l'Assemblée mondiale de la Santé (NetCode). Des organisations de la société civile, telles que IBFAN, Helen Keller International, Save the Children, l'Alliance mondiale en faveur de l'allaitement au sein et le Centre collaborateur de l'OMS de la Metropol University, sont membres du réseau NetCode, de même que les pays suivants : Arménie, Bahreïn, Bangladesh, Cambodge, Chili, Ghana, Inde, Kenya, République démocratique populaire lao, Mexique, Oman et Pologne.

Le Réseau NetCode a pour ambition la mise en place d'un monde dans lequel tous les secteurs de la société sont à l'abri d'une commercialisation inappropriée et contraire à l'éthique des substituts du lait maternel et des autres produits visés par le Code. L'objectif est de renforcer la capacité des États Membres et de la société civile à suivre la mise en œuvre du Code ; et de faciliter l'élaboration, le suivi et l'application par les États Membres de la législation nationale relative au Code moyennant l'établissement d'un groupe d'acteurs motivés chargés d'appuyer ces processus.

REMERCIEMENTS

L'outil de suivi et d'évaluation a été conçu par l'Organisation mondiale de la Santé (OMS), en collaboration avec l'UNICEF et le Réseau de suivi mondial et de soutien à la mise en œuvre du Code international de commercialisation des substituts du lait maternel et des résolutions adoptées ultérieurement par l'Assemblée mondiale de la Santé (NetCode).

Le projet initial a été rédigé par Alessandro Iellamo, en étroite collaboration avec un comité chargé de la conception du protocole incluant David Clark, UNICEF ; Yeong Joo Kean, International Breastfeeding Action Network (IBFAN) ; Elizabeth Zehner et Alissa Pries, Helen Keller International (HKI) ; et Ye Shen, Johns Hopkins University. Quantité d'observations sur le protocole ont été formulées par Lida Lotshka, IBFAN ; Rukhsana Haider, Alliance mondiale en faveur de l'allaitement au sein (WABA) ; Aileen Robertson, Metropol University ; et Chessa Lutter (États-Unis d'Amérique). Pendant la mise à l'essai du protocole, de nombreux retours ont été communiqués par Sonia Hernández Cordero et Ana Lilia Lozada-Tequeanes, Centro de Investigación en Nutrición y Salud, Instituto Nacional de Salud Pública (Mexique) ; Anna Christina Pinheiro Fernandes et Fernanda Mediano Stoltze, Ministère de la santé (Chili) ; Mackenzie Green, HKI Cambodge ; James Rarick et Sano Phal, Bureau de pays de l'OMS au Cambodge, Gladys Mugambi et Betty Samburu, Ministère de la santé (Kenya) ; Isabella Sagoe-Moses, Services de santé (Ghana) ; Gabriel Y. K Ganyaglo, Hôpital universitaire Korle Bu (Ghana). Karen McColl (France) a prêté une assistance rédactionnelle majeure et aidé à structurer l'outil final.

La coordination du processus d'élaboration de l'outil de suivi et d'évaluation a été assurée par Laurence Grummer-Strawn, Département Nutrition, santé et développement (NHD), et Marcus Stahlhofer, Département Santé de la mère, du nouveau-né, de l'enfant et de l'adolescent (MCA), sous la direction de Francesco Branca, Directeur, NHD.

Les activités du Réseau NetCode sont financées par la Fondation Bill & Melinda Gates.

Nous remercions toutes les personnes et les organisations qui ont été associées à l'élaboration du présent outil.

ABRÉVIATIONS

- IBFAN** Réseau international des groupes d'action pour l'alimentation infantile (International Baby Food Action Network)
- ICDC** Centre de documentation sur le Code international (International Code Documentation Centre)
- ONG** organisation non gouvernementale
- OMS** Organisation mondiale de la Santé

DONNÉES GÉNÉRALES
RELATIVES À
L'OUTIL DE SUIVI
ET D'ÉVALUATION
NETCODE

CADRE GÉNÉRAL

L'allaitement maternel, en prévenant chaque année plus de 800 000 décès d'enfants de moins de 5 ans, est fondamental pour la survie de l'enfant. Il contribue au développement des enfants en prévenant les maladies aiguës et chroniques et en favorisant leur développement intellectuel et leur niveau d'instruction, et améliore leur revenu à l'âge adulte. L'allaitement au sein sauve aussi des vies de femmes en réduisant le risque de cancer du sein et des ovaires et de certaines maladies cardiovasculaires. Ses avantages sont universels, touchant les mères et les enfants des pays à revenu élevé comme ceux qui vivent dans les pays à revenu faible ou intermédiaire.¹

La protection, la promotion et le soutien de l'allaitement maternel nécessitent la mise en place de mesures à de nombreux niveaux, notamment des directives juridiques ou publiques, des attitudes et des valeurs sociales favorables, des politiques relatives à la protection de la maternité et à l'allaitement sur le lieu de travail, ainsi que des services de soins de santé qui encouragent l'allaitement et permettent aux femmes d'allaiter. Les femmes et leur famille doivent par ailleurs être protégées contre les pratiques de commercialisation des substituts du lait maternel qui sont inappropriées et contraires à l'éthique.

L'adoption du *Code international de commercialisation des substituts du lait maternel* (Code international) par la Trente-Quatrième Assemblée mondiale de la Santé en 1981 a fait suite aux rapports saisissants sur les cas de malnutrition sévère et les décès de nouveaux-nés et de jeunes enfants résultant de la consommation de préparations pour nourrissons qui étaient contaminées ou diluées. Les différentes résolutions pertinentes approuvées depuis l'adoption du Code international fournissent des précisions et des orientations pour sa mise en œuvre efficace.² Adopté par l'Assemblée mondiale de la Santé sous la forme d'une recommandation, le Code n'est pas contraignant et il appartient donc à chaque État Membre de l'intégrer dans sa législation nationale,³ d'en assurer le suivi et de l'appliquer. Les fabricants, les distributeurs, les détaillants, les systèmes de soins de santé et les personnels de santé sont néanmoins tenus de s'y conformer.

Si l'immense majorité des pays ont instauré des mesures juridiques couvrant certaines dispositions du Code, rares sont ceux qui disposent d'un système de mise en œuvre et de suivi opérationnel. Très peu de pays ont un budget ou des fonds consacrés au suivi et à l'application.⁴ Aussi les pratiques de commercialisation des substituts du lait maternel inappropriées et contraires à l'éthique persistent-elles, comme en témoigne le Centre de documentation sur le Code international du Réseau international des groupes d'action pour l'alimentation infantile (IBFAN-ICDC) dans son rapport de suivi mondial périodique *Breaking the Rules, Stretching the rules*.⁵

L'évaluation périodique est essentielle pour mesurer le niveau de conformité avec le Code et la législation nationale, évaluer les tendances de la commercialisation des substituts du lait maternel, et hiérarchiser les principaux problèmes à résoudre moyennant le renforcement de la législation, des interventions et du financement. Aussi le Réseau de suivi mondial et de soutien à la mise en œuvre du Code international de commercialisation des substituts du lait maternel et des résolutions adoptées ultérieurement par l'Assemblée mondiale de la Santé (NetCode) a-t-il conçu le présent outil d'évaluation périodique. Il a pour objet de stimuler la conduite d'évaluations périodiques du Code et de la législation nationale en proposant des protocoles, des orientations et des outils.

¹ L'OMS recommande l'allaitement au sein exclusif pendant une période de 6 mois et la poursuite de l'allaitement maternel pendant 2 ans ou plus, et l'introduction d'une alimentation de complément à l'âge de 6 mois.

² Le Code international et les résolutions adoptées ultérieurement sont collectivement désignées comme « le Code ».

³ L'expression « législation nationale » est utilisée pour couvrir toutes les mesures nationales visant à l'application du Code, notamment la législation de base (lois) et les mesures législatives subordonnées (règlements). Bien que les codes volontaires ne soient pas considérés comme adaptés aux fins de l'application complète du Code, le présent outil peut néanmoins être utilisé pour suivre et évaluer les mesures volontaires.

⁴ OMS, UNICEF, IBFAN. Commercialisation des substituts du lait maternel : mise en œuvre du code international à l'échelle nationale, Rapport de situation 2016 : Résumé en français. Genève, Organisation mondiale de la Santé, 2016.

⁵ *Breaking the Rules, Stretching the Rules* 2017. Penang : IBFAN-ICDC ; 2017. (<https://www.ibfan-icdc.org/ibfan-icdc-launches-its-11th-global-monitoring-report-breaking-the-rules-stretching-the-rules-2017/>, consulté le 18 septembre 2017).

ENCADRÉ 1. LES VENTES DE LAIT POUR NOURRISSONS NE CESSANT D'AUGMENTER, LES DISPOSITIONS DU CODE SONT TOUJOURS D'ACTUALITÉ

Vu l'importance du marché des substituts du lait maternel, son développement et sa capacité à surmonter les récessions, le Code reste aujourd'hui toujours aussi pertinent. En 2014, les ventes mondiales de préparations lactées pour nourrissons se chiffraient à quelque US \$44,8 milliards et les projections pour 2019 atteignent US \$70,6 milliards.⁶ Les techniques agressives et inappropriées de commercialisation des substituts du lait maternel, et des autres produits alimentaires faisant concurrence au lait maternel, continuent de fragiliser les mesures déployées pour améliorer les taux d'allaitement maternel. Aussi la mise en œuvre, le suivi et le contrôle de l'application du Code restent-ils un outil essentiel pour protéger les mères contre l'influence du marché et leur permettre de prendre librement les décisions qui concernent l'alimentation des nourrissons.

Le suivi du Code est essentiel pour la détection des violations, leur notification à l'organe juridictionnel approprié et l'intervention efficace des mécanismes d'application existants pour mettre fin aux actions qui enfreignent le Code et la législation nationale. C'est pourquoi le Réseau de suivi mondial et de soutien à la mise en œuvre du Code international de commercialisation des substituts du lait maternel et des résolutions adoptées ultérieurement par l'Assemblée mondiale de la Santé (NetCode) a conçu le présent outil pour la mise en place d'un système de suivi continu. Cet outil a pour objet de dynamiser et de renforcer le suivi continu du Code et de la législation nationale au moyen de protocoles, d'orientations et d'outils.

ENCADRÉ 2. ENGAGEMENTS INTERNATIONAUX, LÉGISLATION RELATIVE AUX DROITS DE L'HOMME ET LE CODE

Plusieurs engagements, déclarations et recommandations internationaux ont renforcé l'importance de la protection de l'allaitement maternel moyennant la mise en œuvre, le suivi et le contrôle de l'application du Code. Il convient de citer notamment la *Déclaration Innocenti (1990)*, l'*Initiative OMS/UNICEF des hôpitaux « amis des bébés » (1991)*, la *Stratégie mondiale OMS/UNICEF pour l'alimentation du nourrisson et du jeune enfant (2002)*, le *Plan d'application exhaustif* de l'Organisation mondiale de la Santé *concernant la nutrition chez la mère, le nourrisson et le jeune enfant (2012)* et le *Cadre d'action de la Deuxième Conférence internationale sur la nutrition (2014)*. L'allaitement maternel aide également à atteindre de nombreux objectifs de développement durable adoptés par l'Organisation des Nations Unies en 2015.

Le Code protège les droits de l'homme, notamment le droit des enfants à la vie, à la survie et au développement, le droit à la santé, le droit à une alimentation sûre et en quantité suffisante et le droit des femmes à des informations complètes et exactes pour la prise des décisions qui touchent la santé de leurs enfants. Ces droits sont énoncés dans les traités internationaux relatifs aux droits de l'homme, comme la *Convention relative aux droits de l'enfant*, la *Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes* et le *Pacte international relatif aux droits économiques, sociaux et culturels*. L'application du Code aidera les États Membres, en tant que parties à ces traités, à s'acquitter de leur obligation de respecter, protéger et faire appliquer les droits énoncés dans ces instruments. En 2016, le Haut Commissariat des Nations Unies aux droits de l'homme a déclaré que l'allaitement maternel relevait des droits de l'homme, et recommandé l'adoption de mesures relatives au lait pour nourrissons.^{7, 8}

⁶ Rollins NC, Bhandari N, Hajeebhoy N, et al. Why invest, and what it will take to improve breastfeeding practices? *Lancet*. 2016 ;387 :491-504. DOI : [http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736\(15\)01044-2](http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736(15)01044-2).

⁷ Joint statement by the UN Special Rapporteurs on the Right to Food, Right to Health, the Working Group on Discrimination against Women in law and in practice, and the Committee on the Rights of the Child in support of increased efforts to promote, support and protect breast-feeding. Genève, Haut Commissariat des Nations Unies aux droits de l'homme, 2016. (<http://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=20871&LangID=E>, consulté le 18 septembre 2017).

⁸ Voir <http://www.who.int/nutrition/netcode/en/> pour plus d'informations sur les liens entre le Code et la législation internationale relative aux droits de l'homme.

COMPRENDRE LE CODE

Le Code interdit toute forme d'activité promotionnelle, notamment la publicité, pour les produits relevant de sa compétence. Il préconise par ailleurs des pratiques appropriées d'alimentation du nourrisson et du jeune enfant avec la protection de l'allaitement maternel (Voir dans l'Encadré 3 un résumé du Code en 10 points).

ENCADRÉ 3. LE CODE : RÉSUMÉ EN 10 POINTS (D'APRÈS LE RÉSUMÉ ÉTABLI PAR LE CENTRE DE DOCUMENTATION SUR LE CODE INTERNATIONAL DU RÉSEAU INTERNATIONAL DES GROUPES D'ACTION POUR L'ALIMENTATION INFANTILE (IBFAN-ICDC)⁹)

1. But	Contribuer à procurer aux nourrissons une alimentation 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. Champ d'application	S'applique aux substituts du lait maternel ou à tout autre aliment commercialisé ou présenté de toute autre manière comme approprié pour remplacer partiellement ou totalement le lait maternel, notamment les suivants : <ul style="list-style-type: none">• préparations pour nourrissons• préparations de suite (appelées parfois « laits de suite »)• lait de croissance• toute autre préparation lactée pour enfants de zéro à 36 mois• tout autre aliment ou liquide destiné aux nourrissons de moins de six mois• biberons et tétines.
3. Promotion	Pas de publicité ni de promotion des produits précités auprès du grand public. Pas d'allégations nutritionnelles ou sanitaires concernant ces produits.
4. Échantillons	Pas de distribution d'échantillons gratuits aux mères ou aux membres de leur famille ni aux personnels de santé.
5. Établissements de soins de santé	Pas de promotion des produits, c'est-à-dire pas d'étalages de produits, d'affiches ou de calendriers représentant ces produits, ni de distribution de matériels promotionnels. Pas de recours à des puéricultrices ou à des personnels similaires rémunérés par les fabricants ou les distributeurs.
6. Personnels de soins de santé	Pas de distribution de cadeaux ou d'échantillons aux personnels de soins de santé. La fourniture d'un appui financier et les incitations financières ne doivent pas engendrer des conflits d'intérêts.
7. Approvisionnement	Pas de fourniture gratuite ou à bas prix de substituts du lait maternel à quelque partie que ce soit du système de soins de santé.
8. Information	Les matériels à but d'information et d'éducation doivent expliquer les avantages de l'allaitement au sein, les risques pour la santé associés à l'utilisation de biberons et le coût de l'utilisation des préparations pour nourrissons. Les informations sur les produits doivent être factuelles et scientifiques. Les pouvoirs publics doivent éviter les conflits d'intérêts et les matériels utilisés dans les programmes concernant les nourrissons et les jeunes enfants ne doivent pas être parrainés par les fabricants et distributeurs.
9. Étiquetage	Les étiquettes sur les produits doivent affirmer clairement la supériorité de l'allaitement au sein, rappeler qu'il est nécessaire de consulter un agent de soins de santé et inclure un avertissement concernant les risques pour la santé. Pas de représentation de nourrissons ni d'autres représentations graphiques de nature à idéaliser l'utilisation des préparations pour nourrissons. Les étiquettes doivent inclure un avertissement concernant la présence possible de micro-organismes pathogènes dans les préparations en poudre et insister sur la nécessité de préparer et d'utiliser ces produits de façon appropriée. Les étiquettes sur les aliments de complément ne doivent pas faire la promotion croisée des substituts du lait maternel, ni promouvoir l'utilisation du biberon, et elles doivent affirmer qu'il est important de continuer l'allaitement au sein.
10. Qualité	Les produits inadaptés, comme le lait concentré sucré, ne doivent pas être préconisés pour les nourrissons. Tous les produits doivent être de qualité (normes du Codex Alimentarius) et tenir compte des conditions climatiques et de stockage dans le pays où ils sont utilisés.

Pour le texte intégral du Code et des résolutions, voir : <http://www.who.int/nutrition/netcode/resolutions/en/>.

⁹ Breaking the Rules, Stretching the Rules 2017. Penang : IBFAN-ICDC ; 2017. (<https://www.ibfan-icdc.org/ibfan-icdc-launches-its-11th-global-monitoring-report-breaking-the-rules-stretching-the-rules-2017/>, consulté le 18 septembre 2017).

L'article 2, qui décrit le champ d'application du Code, précise qu'à côté des substituts du lait maternel sont également couverts les autres produits lactés, aliments et boissons qui sont promotionnés ou commercialisés de manière à compromettre l'allaitement maternel. Cet aspect a été explicité au fil des années dans diverses résolutions de l'Assemblée mondiale de la Santé et, tout récemment, dans la publication de l'OMS *Guidance on ending the inappropriate promotion of foods for infants and young children*¹⁰ approuvée en 2016 par la Soixante-Neuvième Assemblée mondiale de la Santé dans sa résolution WHA69.9.

Les produits pertinents qui entrent dans le champ d'application du Code sont notamment les suivants :

a. Préparations pour nourrissons

Sont incluses les préparations lactées ou assimilées à du lait qui peuvent être données aux nourrissons dès la naissance et qui sont élaborées dans le respect des normes internationales ou nationales pertinentes. L'âge maximum indiqué sur l'étiquette du produit varie d'un pays à un autre, et il se situe en général entre six et 12 mois. Il existe divers types de préparations pour nourrissons, notamment des préparations « spéciales », à base de soja par exemple, des préparations sans lactose, des préparations pour nourrissons prématurés ou présentant une insuffisance pondérale à la naissance et des laits thérapeutiques.

b. Préparations de suite (appelées parfois « laits de suite »)

Sont incluses les préparations lactées ou assimilées à du lait communément commercialisées pour les enfants à partir de six mois et élaborées dans le respect des normes internationales ou nationales pertinentes. L'âge maximum indiqué sur l'étiquette du produit varie d'un pays à un autre, et il se situe en général entre 12 et 24 mois. La publication de l'OMS *Guidance on ending the inappropriate promotion of foods for infants and young children* indique clairement que le Code couvre les préparations de suite et que ces produits ne doivent pas être promotionnés. L'allaitement au sein étant recommandé jusqu'à l'âge de deux ans ou au-delà, ces produits remplacent toujours le lait maternel.

c. Laits de croissance (parfois appelés « préparations de croissance », « laits pour enfants en bas âge » ou « préparations lactées »)

Ces produits sont destinés aux nourrissons et aux jeunes enfants âgés de un à trois ans (voire plus jeunes). Le nom du produit est souvent semblable à celui des autres préparations d'une société, mais il est assorti du chiffre « 3 ». Lorsque les laits de croissance sont commercialisés comme étant adaptés à l'alimentation des jeunes enfants jusqu'à l'âge de 36 mois, ils correspondent à la définition des substituts du lait maternel par le Code, telle que présentée dans les Orientations de l'OMS, l'OMS recommandant la poursuite de l'allaitement au minimum jusqu'à l'âge de deux ans.

d. Tout autre lait pour enfants âgés de zéro à 36 mois

Selon les orientations approuvées dans la résolution WHA69.9, tout autre lait (ou les produits pouvant être utilisés pour remplacer le lait, comme le lait de soja enrichi) sous forme de préparation liquide ou en poudre, qui peut être disponible dans le pays et qui est spécifiquement commercialisé pour l'alimentation des nourrissons et des jeunes enfants jusqu'à l'âge de trois ans, doit être considéré comme un substitut du lait maternel et il est couvert par le Code.¹¹

¹⁰ Orientations en vue de mettre un terme aux formes inappropriées de promotion des aliments pour nourrissons et jeunes enfants. Genève, Organisation mondiale de la Santé, 2016. (Voir <http://www.who.int/nutrition/topics/guidance-inappropriate-food-promotion-iyj/en/>).

¹¹ Orientations en vue de mettre un terme aux formes inappropriées de promotion des aliments pour nourrissons et jeunes enfants. Genève, Organisation mondiale de la Santé, 2016. (Voir <http://www.who.int/nutrition/topics/guidance-inappropriate-food-promotion-iyj/en/>) Telles qu'approuvées par l'Assemblée mondiale de la Santé dans sa résolution WHA69.9.

e. Tout autre aliment ou liquide destiné aux nourrissons âgés de moins de six mois

La résolution WHA54.2 adoptée en 2001 recommande l'allaitement au sein exclusif pendant six mois, suivi d'une alimentation de complément sûre et appropriée et de la poursuite de l'allaitement jusqu'à deux ans ou au-delà, tout produit alimentaire présenté comme adapté à l'alimentation des nourrissons de moins de six mois remplace nécessairement le lait maternel. Seront inclus les aliments de complément commercialisés comme étant adaptés dès l'âge de quatre mois. Tous ces produits entrent dans le champ d'application du Code.

f. Les biberons et les tétines sont également couverts par le Code.

Ces articles incluent notamment les biberons associés aux tire-lait et les autres types de récipients servant à l'alimentation des nourrissons composés d'un contenant et d'une tétine.

g. Aliments de complément ou liquides pour nourrissons et enfants âgés de six à 36 mois

Les aliments de complément commercialisés pour les enfants de plus de six mois n'entrent généralement pas dans le champ d'application du Code. La résolution WHA69.9 invite en même temps les États Membres à suivre les *Orientations de l'OMS en vue de mettre un terme aux formes inappropriées de promotion des aliments destinés aux nourrissons et aux jeunes enfants*, qui couvrent les aliments commercialisés comme étant adaptés à l'alimentation des nourrissons et des jeunes enfants âgés de six à 36 mois. Il est donc important de surveiller également les modalités de la commercialisation de ces produits. Les Orientations stipulent qu'aucune promotion croisée ne devrait contribuer à promouvoir indirectement les substituts du lait maternel au moyen de la promotion d'aliments de complément, que les messages ne doivent pas recommander ni promouvoir l'utilisation d'un biberon, qu'ils doivent affirmer l'importance du maintien de l'allaitement au sein jusqu'à l'âge de deux ans ou plus, et qu'ils ne doivent pas décourager l'allaitement au sein.

UN OUTIL POUR LE SUIVI CONTINU ET L'ÉVALUATION PÉRIODIQUE DU CODE

L'outil pour le suivi continu et l'évaluation périodique du Code comprend deux protocoles.¹²

Protocole applicable à l'évaluation périodique

Le protocole présenté dans le présent document décrit la conduite d'une évaluation périodique (tous les trois ou cinq ans) destinée à quantifier le niveau de conformité avec la législation nationale et avec le Code, et à relever les failles et les problèmes qui nécessiteront l'adoption de mesures gouvernementales ou législatives, la programmation d'activités et des investissements. Les objectifs particuliers de l'évaluation périodique sont les suivants :

- évaluer quantitativement le niveau de conformité avec les dispositions du Code et les mesures nationales ;
- évaluer les tendances et l'évolution progressive de la conformité ;
- définir les domaines prioritaires pour les activités de mise en œuvre et d'application du Code ; et
- révéler les failles et les limites de la législation nationale.

⁹ Breaking the Rules, Stretching the Rules 2017. Penang : IBFAN-ICDC ; 2017. (<https://www.ibfan-icdc.org/ibfan-icdc-launches-its-11th-global-monitoring-report-breaking-the-rules-stretching-the-rules-2017/>, consulté le 18 septembre 2017).

¹² Plusieurs protocoles ont été utilisés pour surveiller la conformité avec le Code. En 1999, le Réseau international des groupes d'action pour l'alimentation infantile (IBFAN) a conçu un manuel de surveillance normalisé (SIM) qui a été largement utilisé à l'échelle mondiale. En 2003, le SIM a trouvé sa forme actuelle – the Code Monitoring Kit (CMK) dont la dernière édition a été publiée en août 2015. En 1996, l'OMS a publié a *Common Review and Evaluation Framework (CREF)*, cadre commun pour l'examen et l'évaluation du Code. Le Groupe interinstitutions pour la surveillance de l'allaitement maternel (IGBM) a aussi conçu un protocole pour le suivi systématique du Code. L'objet du présent outil est de remplacer les protocoles CREF et IGBM.

Protocole applicable aux systèmes de suivi continu

Le protocole relatif à la mise en place d'un système de suivi continu régi par les pouvoirs publics est décrit dans un document distinct disponible à l'adresse <http://www.who.int/nutrition/netcode/en/>. Intégré de préférence dans les systèmes de réglementation et d'application existants, un système de suivi continu surveille en permanence le respect du Code, d'une manière systématique et pérenne, pour permettre l'adoption de mesures d'application immédiates. Le système de suivi continu a les objectifs suivants :

- détecter les violations de la législation nationale et/ou du Code ;
- enregistrer et notifier ces violations ;
- enquêter sur les activités signalées et confirmer qu'elles constituent effectivement des violations ;
- déclencher un mécanisme d'application qui mettra fin à ces violations et découragera les futures violations ; et
- tenir les fabricants, les distributeurs, les détaillants, le système de soins de santé et les personnels de soins de santé pour responsables en cas de violation de la législation nationale et/ou du Code.

Les données recueillies et les résultats obtenus à l'issue de la mise en œuvre de l'un ou l'autre protocole pourront être utilisés pour recommander le renforcement des cadres législatifs et réglementaires existants. Ils pourront aussi servir à obtenir et publier des informations sur les fabricants, les distributeurs, les commerces de détail et les établissements de soins de santé qui enfreignent le Code et la législation nationale.

Chaque protocole s'accompagne d'un ensemble d'orientations et d'outils à l'appui de la mise en œuvre disponible à l'adresse <http://www.who.int/nutrition/netcode/en/>. Le présent outil étant appelé à évoluer progressivement, avec l'ajout de nouveaux outils, il est conseillé de se rendre régulièrement sur le site pour prendre connaissance des dernières mises à jour et des ajouts récents.

COMMENT CHOISIR LE PROTOCOLE À UTILISER

Les deux protocoles du présent outil, bien que complémentaires, sont conçus pour être utilisés séparément. S'il est possible de les utiliser simultanément, il est plus probable que les pays décideront dans un premier temps d'appliquer l'un des deux. Le choix du premier qui sera mis en œuvre variera d'un pays à un autre, selon le contexte particulier, les ressources et les informations requises.

L'avantage de la mise en œuvre du *suivi continu* est l'obtention de résultats immédiats, si des violations sont constatées et vérifiées, et si des mesures d'application sont adoptées. Ce protocole nécessite également la participation active des pouvoirs publics dès le début puisque, par défaut, il doit être intégré dans les systèmes existants liés notamment au contrôle et à la réglementation des douanes, de l'alimentation et de la publicité. Lorsque des responsables gouvernementaux sont associés à la collecte des données, ils sont plus habilités à intervenir lorsque des violations sont constatées et vérifiées. Dans de nombreux pays, les inspecteurs chargés des aliments et de la santé peuvent prendre des mesures immédiates, comme le retrait d'un produit ou du matériel promotionnel lorsqu'une violation est observée. L'instauration d'un suivi continu suppose un investissement en temps et en ressources dès le début pour assurer la mise en route et le fonctionnement du système ; le suivi continu présente toutefois l'avantage d'être pérenne dès lors qu'il fait partie intégrante d'une fonction essentielle des pouvoirs publics. Un autre avantage est que le suivi continu peut améliorer la conformité avec le Code et la législation nationale chez les fabricants, les distributeurs et le secteur de la santé dès lors qu'ils sont sensibilisés à son existence. Les pays qui sont tout juste en voie d'adopter une législation nationale auront intérêt à planifier et établir un système de suivi continu faisant partie intégrante de la mise en œuvre initiale de la législation.

La mise en œuvre *d'évaluation périodique* présente l'avantage de fournir des estimations quantitatives des violations qui permettent de se représenter l'ensemble de la situation concernant la conformité avec le Code. Cet instantané de la conformité – ou de la non-conformité – avec le Code pourra être utilisé pour recommander aux autorités nationales de renforcer la législation relative au Code et son application et/ou les budgets destinés à renforcer le suivi continu. L'utilisation de méthodes uniformes permettra par ailleurs aux évaluations périodiques de suivre l'évolution de la conformité avec le Code. Les évaluations périodiques pourront aider à établir des points de comparaison tandis que de nouvelles lois sont adoptées. Les évaluations périodiques requièrent en général la présence d'un établissement universitaire ou d'une organisation non gouvernementale (ONG) ayant l'expérience des évaluations de terrain. Il est probable que l'utilisation de l'évaluation périodique sera surtout utile lorsqu'un pays ne dispose pas d'une législation nationale, le rapport produit pouvant aider à recommander l'instauration d'une législation relative au Code.

Il est recommandé que les pays se dotent d'un système de suivi continu accompagné d'évaluations périodiques, chaque système répondant à des objectifs différents. Même lorsqu'un système de suivi continu est pleinement opérationnel, les évaluations périodiques pourront donner une image plus large de la conformité avec le Code et la législation nationale, et indiquer dans quelle mesure le système continu fonctionne comme prévu.

UTILISATEURS CIBLES

L'outil s'adresse principalement aux organismes et établissements publics travaillant dans le domaine de la nutrition de la mère, du nourrisson et du jeune enfant et/ou de la réglementation de la commercialisation et de la promotion des substituts du lait maternel et des autres aliments et liquides pour nourrissons et jeunes enfants.

Il est par ailleurs prévu que les organisations internationales et nationales et les groupes de la société civile d'intérêt public qui ne se trouvent pas en situation de conflit d'intérêts, et qui travaillent dans le domaine de la nutrition de la mère, du nourrisson et du jeune enfant, l'utilisent aux fins de leurs activités de suivi.

Le reste du présent document décrit de façon détaillée comment mettre en œuvre le protocole d'évaluation périodique.



PRÉSENTATION
SUCCINCTE DU
PROTOCOLE RELATIF À
L'ÉVALUATION
PÉRIODIQUE

Le présent protocole applicable aux évaluations périodiques propose des procédures, des processus et des outils qui aident le pays à mesurer le niveau de conformité avec le Code et/ou la législation nationale dans différents contextes. L'évaluation cible plusieurs acteurs cruciaux – les mères, les commerces de détail, les personnels de santé, les établissements de santé et les médias.

De même que le système de suivi continu, l'évaluation périodique a pour but général de mettre fin à toutes les activités promotionnelles liées à la commercialisation des substituts du lait maternel, des biberons et des tétines. (Voir, dans la section sur les données générales, les objectifs particuliers et de plus amples détails sur le moment où il convient d'utiliser le protocole relatif à l'évaluation périodique).

Les résultats/conclusions de l'évaluation contribueront à appuyer et à guider les processus nationaux et infranationaux d'élaboration et d'amélioration des politiques publiques et de la législation, et à planifier l'examen et la modification des politiques et de la législation. Ils seront aussi pris en compte dans les campagnes et la sensibilisation en faveur d'une coordination avec les autres organismes concernés et de leur appui, et de l'augmentation des moyens et de l'attention portée à la promotion et la protection et au soutien de l'allaitement maternel.

FRÉQUENCE

L'évaluation complète sera effectuée tous les trois ou cinq ans.

LIEU

Il est recommandé de réaliser l'étude dans la capitale ou la plus grande ville du pays, et ce parce que la commercialisation des substituts du lait maternel sera probablement moins répandue dans les autres parties du pays que dans les villes principales. Le fait d'étendre l'étude à d'autres parties du pays accroîtra la taille des échantillons (si l'objectif est de comparer différentes zones), augmentera les coûts et compliquera la logistique de l'étude. Les pays qui disposent de ressources suffisantes pourront cependant souhaiter étendre l'étude à des sites supplémentaires pour démontrer le caractère généralisé des problèmes liés à la commercialisation.

PRODUITS COUVERTS PAR L'ÉVALUATION

Les produits visés par le Code sont décrits dans la section relative aux données générales. D'autres produits couverts par la législation nationale pourront être ajoutés à la liste pour élargir le champ de l'évaluation. Les expressions « produits pertinents » et « laits pour nourrissons et autres produits alimentaires pour nourrissons » sont utilisées dans le présent protocole pour faire référence à cette liste de produits entrant dans le champ d'application de l'évaluation.

PRINCIPALES FILIÈRES ET/OU PERSONNES INTERROGÉES CIBLÉES DANS L'ÉVALUATION

L'évaluation ciblera plusieurs groupes et contextes principaux :

Mères d'enfants de moins de 24 mois

Les mères ayant au moins un enfant de moins de 24 mois seront parmi les principales personnes interrogées pour l'évaluation. Cela aidera à déterminer le type d'activités commerciales ou promotionnelles auxquelles les mères sont exposées.

Établissements de santé

Les professionnels de la santé des secteurs public et privé seront l'un des principaux groupes ciblés. Ils seront choisis pour être interrogés dans les centres de santé et les maternités (privés et publics) qui voient/accueillent au minimum 10 mères, et dans les centres de santé comptant au minimum un enfant de moins de 24 mois, un jour donné.

Commerce de détail

Les commerces de détail qui vendent des produits visés par le Code seront choisis pour faire partie de l'évaluation. Cela contribuera à fournir des informations sur le type et l'étendue des activités promotionnelles en cours aux points de vente.

Médias

Analyse des publicités en ligne ou à la télévision diffusées/promues par les réseaux en ligne ou la télévision nationale (publique et privée) et sur Internet au cours des six mois précédant la mise en œuvre de l'évaluation. L'examen aidera à déterminer le type de produits promotionnés, la fréquence et la quantité des promotions, ainsi que le type des messages promotionnels qui sont diffusés.

PLANIFIER ET PRÉPARER UNE ÉVALUATION

Deux étapes sont considérées comme cruciales pour la préparation et la réalisation de l'évaluation – à savoir la planification et le calcul des coûts.

Le tableau 1 présente les principales étapes nécessaires pour l'élaboration, la finalisation et la mise en œuvre de l'évaluation. Un pays pourra décider d'ajouter des étapes supplémentaires et pourra éventuellement scinder chacune des étapes proposées. L'objectif est que le pays dispose d'orientations pour déterminer les aspects particuliers de l'activité qu'il doit mener à bien, et dans quel délai.

Tableau 1. Définir un calendrier des étapes pour la préparation de l'évaluation

Étapes/phases	Semaine														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Préparation générale															
Réunions de sensibilisation avec les décideurs															
Adapter le protocole au contexte national															
Planifier l'évaluation															
Chiffrer l'évaluation															
Rechercher des ressources pour l'évaluation															
Trouver/recruter les membres de l'équipe d'évaluation															
Traduction des outils															
Solliciter l'approbation du comité d'examen institutionnel															
Acquérir la technologie															

Suite au verso

Étapes/phases	Semaine														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Collecte des données dans les établissements de santé (centres de santé et maternités)															
Essai préalable des questionnaires															
Choisir un échantillon d'établissements de santé															
Obtenir l'approbation des établissements															
Renforcer les capacités de l'équipe d'évaluation															
Procéder à la collecte des données															
Examen sur dossier des promotions observées															
Traitement et analyse des données															
Observations dans les commerces de détail															
Essai préalable des questionnaires															
Choisir de grands commerces de détail															
Renforcer les capacités de l'équipe d'évaluation															
Procéder à la collecte des données															
Examen sur dossier des promotions observées															
Traitement et analyse des données															

Étapes/phases	Semaine														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Analyse des étiquettes des produits															
Essai préalable du formulaire de listage															
Choisir les magasins où effectuer des achats															
Acheter des produits															
Examen sur dossier des étiquettes															
Traitement et analyse des données															
Études sur les médias															
Établir un contrat avec une société de surveillance des médias															
Collecte de données sur les promotions à la télévision															
Collecte de données sur les promotions sur Internet															
Traitement et analyse des données															
Notification des résultats															
Rédaction du rapport															
Finalisation du rapport															
Impression du rapport															
Atelier de diffusion/séance de planification															
Distribution du rapport															

ESTIMATION DES COÛTS

Il est nécessaire de calculer le coût de l'évaluation pour a) déterminer tous les besoins et les conditions à remplir pour assurer le succès de l'évaluation et b) pouvoir solliciter des ressources auprès des pouvoirs publics, des donateurs et des autres partenaires de développement.

Pour estimer le montant des crédits que nécessitera une évaluation, les pays devront dresser la liste des coûts, qui incluront notamment, mais pas exclusivement, les postes suivants :

1. salaire du/des consultant(s)/prestataire(s) chargé(s) de coordonner la collecte des données ;
2. salaire et indemnité journalière des membres de l'équipe d'évaluation et des autres agents associés à cette activité ;
3. frais de transport de l'équipe d'évaluation et des autres agents participants ;
4. matériel et véhicules ;
5. frais associés à l'obtention de l'approbation éthique, etc. ;
6. coût des traductions ;
7. coût des fournitures et des matériels ;
8. achat de produits entrant dans le champ d'application du protocole ;
9. frais d'impression et de photocopie ;
10. coût des activités de présentation et de diffusion ;
11. coûts administratifs ;
12. frais généraux ;
13. provision pour urgences/dépenses imprévues.

L'outil de l'initiative mondiale pour l'évaluation des coûts liés à l'allaitement (World Breastfeeding Costing initiative) offre une plateforme complète de nature à faciliter le calcul des coûts dans les pays.

EXEMPLE DE PAYS : UTILISATION DU PROTOCOLE NETCODE POUR RÉALISER UNE ÉVALUATION DANS DEUX ÉTATS DU MEXIQUE

Le Mexique a été le premier pays à appliquer le protocole d'évaluation NetCode pour mesurer la conformité avec le Code et la législation nationale. Cette activité a été mise en œuvre par le Secrétaire à la santé en collaboration avec l'Institut national de santé publique et l'Organisation panaméricaine de la Santé/ Organisation mondiale de la Santé. Compte tenu de la grandeur du pays et de la volonté des pouvoirs publics d'étendre l'évaluation à plusieurs sites pour faire ressortir les disparités éventuelles eu égard à la conformité, l'exercice a porté sur plusieurs municipalités des États de Chihuahua et de Puebla.

ÉTHIQUE ET APPROBATION ÉTHIQUE

Avant de pouvoir procéder à une évaluation, il est important d'obtenir toutes les approbations et autorisations officielles requises. Cela pourra inclure l'approbation des autorités nationales et l'avis favorable des organismes internationaux associés à l'étude. L'approbation éthique est nécessaire pour protéger les participants à l'étude et garantir que le processus de recherche est conforme aux normes éthiques au plus haut niveau.

Lors de la planification de l'évaluation, il est important de prévoir un délai suffisant pour l'obtention de l'avis favorable de l'autorité nationale responsable. Selon le pays, ce délai pourra être de plusieurs semaines, voire de plusieurs mois. Il est essentiel, en même temps, de s'assurer que les moyens nécessaires pour solliciter et obtenir ces autorisations sont disponibles, compte tenu du montant des droits et des coûts dans le pays.



© Perlita R. Dicochea, Ph. D



Amy Cotter/USAID



A – MODULE RELATIF AUX MÈRES ET AUX ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ

Le premier élément de cette évaluation consiste à mesurer le niveau de la commercialisation des substituts du lait maternel et des autres produits pertinents tel que perçu par les mères, le degré d'interaction entre les sociétés qui produisent les substituts du lait maternel et les professionnels de la santé et la présence de matériels promotionnels dans les établissements de santé. L'évaluation des mères et celle des établissements de santé sont groupées dans ce module parce qu'elles se recouvrent partiellement dans l'étude – les mères seront choisies dans des établissements de santé.

OBJECTIFS

L'évaluation des mères et des établissements de santé a trois objectifs principaux :

1. évaluer la prévalence de l'exposition des mères qui ont des enfants de moins de 24 mois à la commercialisation des produits pertinents par les voies principales que constituent les établissements de santé, les commerces de détail, les médias et les contacts directs avec les sociétés ;
2. évaluer la prévalence des interactions entre les professionnels de la santé et les représentants des sociétés qui vendent les produits pertinents ; et
3. évaluer la quantité et le contenu des matériels promotionnels trouvés dans les établissements de santé publics et privés.

INDICATEURS

Des indicateurs correspondant aux objectifs et aux données qui peuvent résulter de cette évaluation sont proposés dans le tableau 2.

Le premier ensemble d'indicateurs mesure la prévalence des différentes expériences de la commercialisation des produits pertinents telles que relatées par les mères. Le deuxième ensemble d'indicateurs mesure la prévalence des différents contacts établis par les sociétés qui vendent des produits pertinents selon l'expérience des établissements de santé. Le troisième ensemble d'indicateurs mesure la prévalence des différents matériels promotionnels associés aux sociétés qui vendent des produits pertinents trouvés dans les établissements de santé.

Tableau 2. Indicateurs proposés pour l'évaluation des mères et des établissements de santé

Indicateurs proposés	
Mères – exposition aux promotions à l'intérieur et à l'extérieur des établissements de santé	<p>Prévalence (%) des mères déclarant qu'elles ont ...</p> <ul style="list-style-type: none">• été encouragées à donner à leur enfant des produits lactés autres que le lait maternel ;• été encouragées à donner à leur enfant d'autres aliments ou boissons ;• entendu et/ou vu des promotions pour des produits lactés ou des biberons et des tétines ou des sociétés qui vendent ces produits dans l'établissement de santé choisi ;• entendu et/ou vu ailleurs que dans l'établissement de santé une promotion ou un message en faveur de produits lactés pour nourrissons ou de biberons et de tétines ou des sociétés qui vendent ces produits ;• été membres d'un groupe social en ligne pour les mères et autres aidants comme des crèches ou des associations de parents organisées ou parrainées par une société qui vend des aliments et des boissons pour nourrissons ;• participé à des événements ou des activités en ligne pour les mères et autres aidants comme des concours de photos et des ventes promotionnelles sur des plateformes de commerce en ligne organisées ou parrainées par une société qui vend des aliments et des boissons pour nourrissons ;• été membres de groupes sociaux présentiels pour les mères et autres aidants comme des crèches ou des associations de parents organisées ou parrainées par une société qui vend des aliments et des boissons pour nourrissons ;• assisté à des événements ou des activités pour les mères et autres aidants comme des kermesses/festivals ou des classes communautaires organisés autour des nourrissons et parrainés par une société qui vend des aliments et des boissons pour nourrissons ;• reçu au moins un échantillon de produits lactés pour nourrissons ;• reçu au moins un bon de réduction pour des produits lactés pour nourrissons ou des biberons ;• reçu d'une personne autre qu'un membre de la famille ou un ami des cadeaux de nature à promouvoir l'utilisation d'un produit visé ou du biberon.

Indicateurs proposés

Personnel des établissements de santé

Prévalence (%) des membres du personnel des établissements de santé déclarant que les sociétés qui vendent des produits visés les ont contactés ...

- au moins une fois ;
- pour fournir des matériels promotionnels à distribuer aux mères et autres aidants ;
- pour fournir d'autres matériels à but d'information/d'éducation à distribuer aux mères et autres aidants ;
- pour fournir des échantillons à distribuer aux mères et autres aidants ;
- pour fournir des cadeaux à distribuer aux mères et autres aidants ;
- pour fournir des bons de réduction à distribuer aux mères et autres aidants ;
- pour fournir des matériels promotionnels à l'usage des établissements de santé/membres du personnel ;
- pour demander à installer un étalage ou organiser d'autres activités promotionnelles dans l'établissement ;
- pour chercher à établir un contact direct avec les mères et les autres aidants ;
- pour chercher à établir un contact direct avec les membres du personnel de l'établissement ;
- pour proposer la fourniture gratuite de substituts du lait maternel ;
- pour proposer des dons de matériel ;
- pour proposer des événements ou des ateliers parrainés pour l'établissement de santé/les membres du personnel ;
- pour proposer des invitations et/ou d'aider les membres du personnel à assister à des événements/ateliers en dehors de l'établissement de santé.

Les résultats seront ventilés par type d'établissement de santé (centre de santé ou maternité) et secteur (public ou privé) auquel appartient l'établissement de santé.

Établissements de santé – Matériels promotionnels et à but d'information ou d'éducation

Prévalence (%) des établissements de santé où il est observé que les matériels promotionnels liés à l'alimentation du nourrisson et du jeune enfant :

- sont liés à des sociétés qui vendent des aliments ou des boissons destinés aux enfants âgés de zéro à 23 mois ; ou
- mentionnent des produits de marque destinés aux enfants âgés de moins de 36 mois.

Prévalence (%) des matériels d'information ou d'éducation trouvés dans les établissements de santé qui enfreignent...

- chacun des critères de l'article 4 du Code.

Les résultats seront ventilés par type d'établissement de santé (centre de santé ou maternité) et secteur (public ou privé) auquel appartient l'établissement de santé.

MÉTHODE D'ÉCHANTILLONNAGE

Le protocole inclut des évaluations dans deux échantillons d'établissements de santé différents :

- **33 centres de santé qui dispensent des services de suivi de santé du nourrisson et de l'enfant** – Cette évaluation dans les centres de santé, les dispensaires ou des établissements similaires inclura des entretiens avec les mères, des entretiens avec les professionnels de la santé et l'enregistrement de la présence de matériels promotionnels dans l'établissement.
- **10 maternités** – Cette évaluation inclura des entretiens avec les professionnels de la santé et l'enregistrement de la présence de matériels promotionnels dans l'établissement, mais n'inclura pas d'entretiens avec les mères.

Pour l'échantillonnage, il est donc important de noter que deux listes principales différentes devront être établies – une pour les centres de santé et une autre pour les maternités.

Choix d'un échantillon de centres de santé qui proposent des visites de suivi de santé des nourrissons

Une approche en deux étapes est recommandée pour l'échantillonnage des centres de santé et des mères. Premièrement, 33 centres de santé (ou établissements similaires) qui prodiguent des soins de suivi de santé du nourrisson sont sélectionnés par échantillonnage avec probabilité proportionnelle à la taille au moyen d'une liste qui contient tous les centres de santé proposant des services de suivi de santé de l'enfant dans la plus grande ville du pays. Les centres dont la consultation est réservée aux enfants malades (enfants hospitalisés, urgences, ou dispensaires pour enfants malades) sont exclus. Cinq mères ayant des enfants de moins de six mois et cinq mères ayant des enfants âgés de six à 23 mois sont choisies par échantillonnage stratifié dans chacun des centres de santé retenus, ce qui donne un échantillon total de 330 mères.

L'échantillonnage sur liste avec les taux d'utilisation est recommandé pour le choix des centres de santé proposant des services de suivi de santé de l'enfant dans la plus grande ville du pays. L'échantillonnage avec probabilité proportionnelle à la taille (PPS) repose alors sur cette liste des centres de santé (publics et privés) présents dans la ville pour le choix de 33 centres de santé avec probabilité proportionnelle à la taille des établissements (l'indicateur de la taille de l'établissement est choisi sur la base des caractéristiques disponibles dans chaque pays ; l'idéal étant les taux d'utilisation des services de santé de l'enfant). Il convient de noter que certains centres pourront être choisis plus d'une fois dans la liste générale, et qu'ils seront par conséquent comptabilisés plusieurs fois dans l'échantillon des 33 centres de santé.

La liste générale des centres de santé qui proposent des services de suivi de santé de l'enfant dans cette ville devra être aussi complète, exacte et actuelle que possible et comprendre les informations essentielles requises pour ce protocole, notamment le nom, le lieu et le type de l'établissement (hôpital, dispensaire, poste de santé, etc.), le secteur (public ou privé) auquel il appartient, et le taux d'utilisation des services de santé de l'enfant. Les pays disposant de cette liste idéale des centres de santé existant dans la ville pourront procéder directement à un échantillonnage avec probabilité proportionnelle en se basant sur la taille connue de l'établissement. Rares sont cependant les pays qui disposent d'une liste complète des centres de santé publics et privés et/ou qui ont toutes les informations nécessaires sur les centres de santé avant de procéder à l'échantillonnage.

Pour établir et/ou affiner une liste générale des établissements de santé, il faudra avoir :

- défini les centres de santé qu'il convient d'inclure dans la liste générale ;
- dressé l'inventaire des sources de données existantes – quelles listes d'établissements de santé sont déjà disponibles ;
- évalué la qualité des listes existantes (adaptation eu égard à la population étudiée, exhaustivité, informations suffisantes sur chaque établissement, informations actuelles) ;
- éliminé les lacunes – collecte des informations manquantes sur les établissements de santé ; et
- inclus les établissements manquants dans la liste.

Dans certains pays, il pourra être difficile d'obtenir la liste des centres de santé privés, ou des listes comportant des informations sur la taille des centres. L'échantillonnage avec probabilité proportionnelle à la taille sera impossible en pareil cas. Il sera alors préférable, pour ne pas écarter entièrement les centres de santé privés, d'en choisir un échantillon de commodité. Il est important d'inclure un nombre de centres privés proportionnel au pourcentage des nourrissons et des enfants accueillis dans ces centres.

L'annexe 1 donne davantage de détails sur les questions précitées et sur leur prise en compte pour établir une liste générale aux fins de la sélection des centres de santé.

Une fois établie la liste de tous les centres de santé, chacun portant un identifiant unique, elle pourra être utilisée, avec l'indicateur choisi pour la taille de l'établissement, pour procéder à l'échantillonnage avec probabilité proportionnelle à la taille des centres de santé. Les étapes de ce processus sont décrites à l'annexe 2.

Points importants à noter :

- Si un centre est choisi deux fois (ou n fois), 20 (ou 10*n) mères, au lieu de 10, seront choisies dans ce centre.
- Si un entretien dans un centre choisi est impossible (si le centre est trop petit pour y trouver le nombre requis de mères, par exemple, ou si le centre de santé est fermé), ce centre sera remplacé, moyennant l'élimination de la liste des centres de tous les centres de santé déjà inclus dans l'échantillon et le choix d'un autre centre parmi les centres restants par l'échantillonnage avec probabilité proportionnelle à la taille.

Choix d'un échantillon de mères ayant des enfants âgés de moins de 24 mois dans les centres de santé

Un échantillon total de 330 mères ayant des enfants âgés de moins de 24 mois sera choisi dans les 33 centres de santé retenus qui dispensent des soins de suivi de santé de l'enfant. Cette taille d'échantillon de 330 mères (10 par centre) est nécessaire pour détecter une prévalence d'exposition des mères aux promotions de 10 % (intervalle de confiance de 95 %, marge d'erreur de 5 % et effet de structure de 2,0).

Une méthode d'échantillonnage stratifié est utilisée pour choisir un nombre égal de mères avec des enfants appartenant à deux classes d'âge, comme suit :

1. 165 mères ayant des enfants âgés de moins de six mois : cinq mères dans chacun des 33 centres de santé ;
2. 165 mères ayant des enfants âgés de six à 23 mois : cinq mères dans chacun des 33 centres de santé.

Pendant l'étape de l'analyse des données, l'échantillon pourra être pondéré par le représentant de la ville, dans l'hypothèse d'un taux de natalité inchangé au cours des deux années écoulées.

Choix d'un échantillon de maternités

Pour les maternités, il est recommandé de recueillir des informations sur les professionnels de la santé, la promotion des produits pertinents et les matériels à but d'éducation dans ces établissements de santé. Pour le présent module du protocole, les 10 maternités les plus grandes qui prodiguent des soins à l'accouchement sont choisies au moyen d'une liste incluant toutes les maternités (publiques et privées) qui proposent des services de soins obstétricaux dans la plus grande ville du pays.

La liste générale des maternités qui dispensent des services de soins obstétricaux dans cette ville devra être aussi complète, exacte et actuelle que possible, et comporter des informations de base comme le nom, le lieu et le type de la maternité (hôpital, dispensaire, poste de santé, etc.), le secteur (public ou privé) auquel appartient la maternité et le nombre des naissances.

Choix d'un échantillon de professionnels de la santé dans les centres de santé et les maternités

Un échantillon de 129 professionnels de la santé sera choisi dans les 43 établissements de santé retenus (33 centres de santé et 10 maternités). Trois professionnels de la santé seront interrogés dans chaque établissement : le directeur du dispensaire ou du service hospitalier (ou, dans les grands dispensaires, le chef du service de santé de l'enfant ou du service de maternité), un médecin et une infirmière ou une sage-femme.

COLLECTE DES DONNÉES

Pour la collecte des données, des équipes de deux enquêteurs par établissement de santé sont recommandées. Un superviseur par équipe d'enquêteurs est par ailleurs recommandé pour communiquer avec le personnel de l'établissement de santé, organiser la sélection des mères, recueillir et examiner les questionnaires remplis, et surveiller les classes d'âge (pour les centres de santé seulement) et le nombre des entretiens effectués dans chaque établissement.

Une fois la permission préalable obtenue, deux ou trois ensembles de collecte de données seront organisés dans chaque établissement.

- 1) Dans les centres de santé seulement, entretiens avec cinq mères ayant des enfants âgés de moins de six mois et de cinq mères ayant des enfants âgés de six à 23 mois (voir le formulaire 1).
- 2) Entretiens avec trois représentants de l'établissement de santé (voir le formulaire 2). Ces entretiens seront conduits séparément pour garantir l'indépendance des réponses fournies par chaque personne.
- 3) Observation des promotions et des matériels à but d'information ou d'éducation dans l'établissement de santé (formulaire 3). Tout matériel portant le logo ou le nom de fabricants ou de marques des produits pertinents sera enregistré dans le formulaire. Chaque article sera photographié ou un exemplaire sera emporté.

La collecte des données pour chaque établissement aura lieu sur un seul jour. Dans les centres de santé, selon le flux des patients et l'emploi du temps des membres du personnel de l'établissement de santé, les trois entretiens avec le personnel pourront précéder les entretiens avec les mères ou leur succéder, ou se tenir entre les entretiens avec les mères. Si la saisie des données dans le formulaire d'observation peut commencer à n'importe quel moment de la visite dans l'établissement de santé, elle sera achevée une fois tous les entretiens effectués pour permettre l'enregistrement de tous les matériels mentionnés par les mères ou les membres du personnel.

Le détail des mesures et des instructions particulières à l'intention des enquêteurs relatives à la collecte des données pour les trois évaluations dans les établissements de santé figure dans le manuel de l'enquêteur à l'annexe 3.

EXAMEN SUR DOSSIER DES MATÉRIELS

Les matériels promotionnels et à but d'information ou d'éducation provenant des établissements de santé seront analysés au bureau central (examen sur dossier). Un même analyste examinera les images et les exemplaires des matériels obtenus pendant la collecte des données et examinera attentivement chaque article conformément au formulaire 4. Cette liste de contrôle contient les critères applicables à tous les matériels et des critères supplémentaires applicables aux matériels qui mentionnent certains types de produits. Des critères relatifs à la législation nationale devront par ailleurs être ajoutés à la liste de contrôle. Les résultats de l'examen sur dossier seront ensuite saisis pour produire un ensemble de données.

SAISIE DES DONNÉES ET CONTRÔLE DE QUALITÉ

L'enregistrement des données peut être fait sur des formulaires papier de collecte des données, la saisie des données étant effectuée au bureau ultérieurement. La collecte mobile des données sur tablette ou smartphone est une autre possibilité. L'annexe 4 présente un modèle de formulaire XLSForm qui a été mis au point pour le questionnaire des mères (formulaire 1) et qui peut être téléchargé séparément depuis la page Web de l'outil (<http://www.who.int/nutrition/netcode/en/>). Le même modèle de formulaire XLSForm (<http://xlsform.org/>) peut être appliqué pour transformer les autres formulaires papier en formulaires électroniques, le cas échéant.

Plusieurs plateformes populaires de collecte de données (KoBo ToolBox, ODK, ONA, par exemple) prennent en charge les formulaires XLSForms. KoBo Toolbox (www.kobotoolbox.org) est une plateforme habituée à convertir les formulaires XLSForms de collecte de données sur un appareil mobile, smartphone ou tablette. Il y a deux manières de recueillir les données sur un appareil mobile au moyen de la plateforme KoBo. Premièrement, l'application Android KoBoCollect peut être utilisée sur un appareil mobile Android après la saisie de l'URL du formulaire de collecte de données produit par KoBo Toolbox. Deuxièmement, tous les smartphones et tablettes peuvent recueillir des données sur une page Web à l'aide d'un navigateur utilisant un lien vers un formulaire produit par KoBo Toolbox. Les deux méthodes de collecte de données peuvent fonctionner hors ligne, et les données peuvent être téléchargées ultérieurement lorsqu'une connexion Internet est disponible.

Les processus de contrôle de qualité des données, de contrôle de cohérence et d'enregistrement des corrections devront être établis pour réduire les erreurs pendant la saisie des données. Le transfert, la fusion, le nettoyage et les autres interventions de préparation des données devront être effectués avant l'analyse des données. Des références bibliographiques supplémentaires sont disponibles, le cas échéant, pour fournir des détails sur les méthodes de contrôle de qualité et d'autres outils de saisie des données (comme Epi Info,¹ CPro²).³

ANALYSE ET INTERPRÉTATION DES DONNÉES

Les trois ensembles de données devront être produits et nettoyés aux fins de l'analyse des données :

- réponses données par les mères dans les entretiens ;
- réponses données par les professionnels de la santé dans les entretiens ; et
- examen sur dossier des matériels promotionnels trouvés dans les établissements de santé (photos et exemplaires).

La plupart des réponses des mères et des personnels de santé dans les entretiens doivent être prêtes pour l'analyse après le contrôle de qualité/la saisie des données.

Les trois ensembles de données doivent être exportés vers un progiciel statistique de choix (Epi Info, STATA, SAS, SPSS, par exemple) aux fins de l'analyse des données. Une attention particulière sera accordée aux points suivants pendant l'analyse des données.

¹ Voir <https://www.cdc.gov/epiinfo/index.html>.

² <https://www.census.gov/population/international/software/cspro/index.html>.

³ Voir, par exemple, <http://mics.unicef.org/tools?round=mics5#data-processing>.

- Application d'une pondération pour l'échantillon des mères, le cas échéant.
- Moyens possibles de ventiler les indicateurs pour une analyse plus détaillée (par type de produit, type de professionnel de la santé, type d'établissement de santé, marque, par exemple). Voir à l'annexe 5 des propositions pour une ventilation par indicateur.

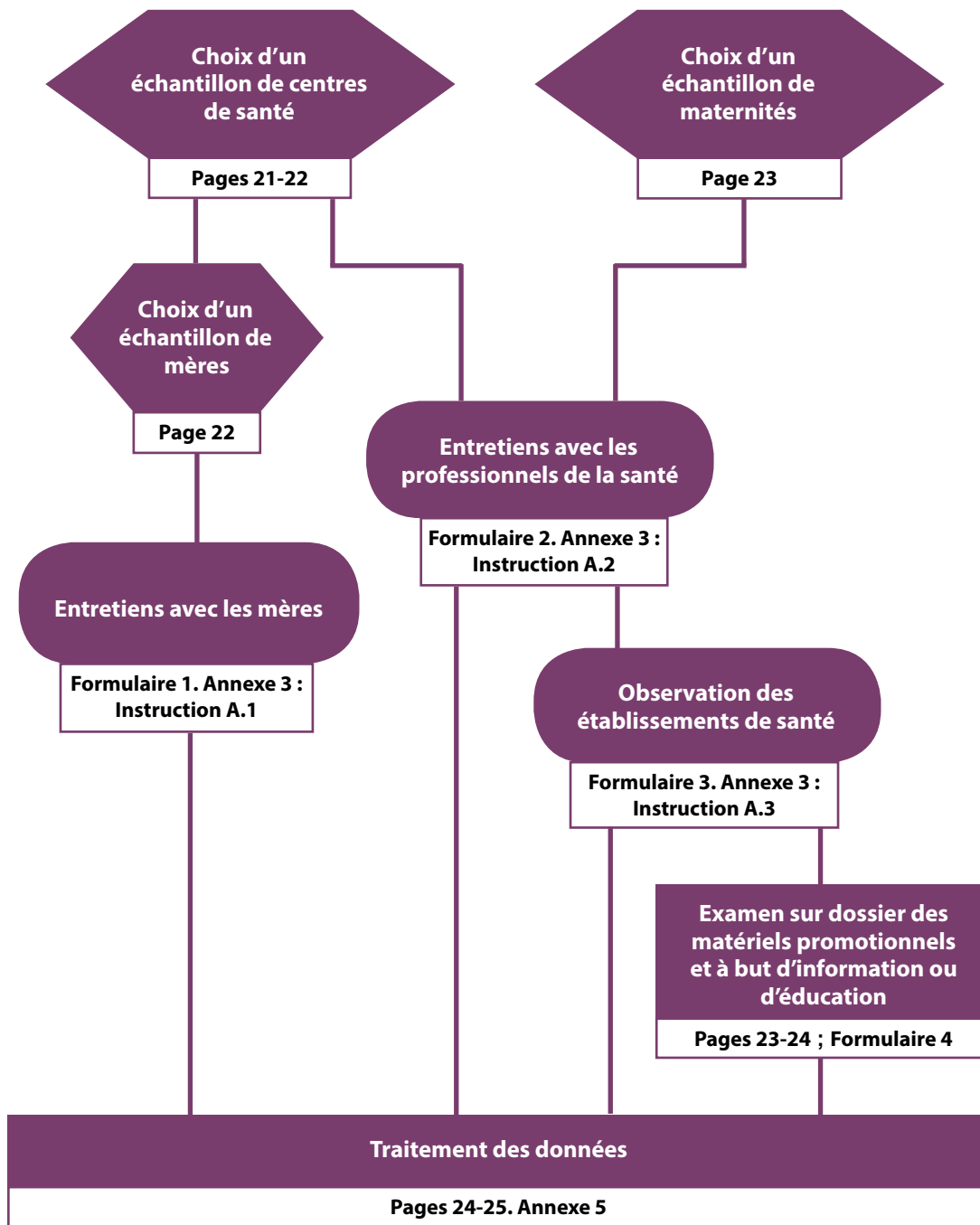
En analysant la conformité des matériels à but d'information et d'éducation avec les critères du Code, il est important de noter que certains critères sont formulés compte tenu de ce qui devrait figurer dans ces matériels et d'autres compte tenu de ce qui ne devrait pas y figurer. Les réponses dans le formulaire 4 qui sont conformes au Code sont présentées dans le tableau 3.

Tableau 3. Réponses conformes au Code aux questions concernant les matériels à but d'information et d'éducation recueillis dans les établissements de santé

Questions issues du formulaire 4	Réponse conforme au Code
10.1 Contient des informations claires sur les bienfaits et la supériorité de l'allaitement au sein	Oui
10.2 Contient des informations claires sur la nutrition maternelle	Oui
10.3 Contient des informations claires sur la préparation à l'allaitement au sein et son maintien	Oui
10.4 Contient des informations claires sur les effets négatifs sur l'allaitement au sein de l'introduction d'une alimentation partielle au biberon	Oui
10.5 Contient des informations claires sur la difficulté de revenir sur la décision de ne pas allaiter	Oui
10.6 Contient des informations qui laissent ou font croire que les substituts du lait maternel sont équivalents ou supérieurs au lait maternel	Non
10.7 Contient un texte ou des images qui peuvent décourager ou compromettre l'allaitement au sein	Non
10.8 Recommande tout produit alimentaire ou toute boisson pour les nourrissons âgés de moins de six mois	Non
10.9 Inclut une invitation à prendre contact (directement ou indirectement) avec la société	Non
10.10 Contient des dispositifs promotionnels destinés à faire vendre ses produits	Non
11.1 Contient des informations claires sur les incidences sociales et financières de l'utilisation des laits pour nourrissons	Oui
11.2 Contient des informations claires sur les dangers pour la santé des aliments et des méthodes d'alimentation inappropriés	Oui
11.3 Contient des informations claires sur les dangers pour la santé de l'utilisation superflue ou inappropriée des produits lactés pour nourrissons	Oui
11.4 Contient un texte ou des images de nature à idéaliser l'utilisation des substituts du lait maternel	Non
12.1 Contient une déclaration relative à l'importance du maintien de l'allaitement au sein jusqu'à l'âge de deux ans ou plus	Oui
12.2 Contient une déclaration relative à l'importance de ne pas introduire des aliments de complément avant l'âge de six mois	Oui
12.3 Suggère que les aliments de complément peuvent être donnés au biberon	Non
12.4 Contient des informations laissant ou faisant croire que les aliments de complément sont équivalents ou supérieurs au lait maternel	Non
13.1 Contient des informations non scientifiques, non factuelles	Non

RÉSUMÉ/ORGANIGRAMME DES ACTIVITÉS

Les diverses étapes de la conception et de la mise en œuvre de l'évaluation chez les mères et dans les établissements de santé sont décrites dans la présente section. Le diagramme ci-dessous illustre les thèmes traités et indique, pour chaque étape, les numéros de page et les renvois aux formulaires correspondants et aux autres annexes.



Échantillonnage



Travail de terrain



Examen sur dossier et traitement



Amy Cotter/USAID



Lev Dolgachov



B – MODULE RELATIF
AU COMMERCE
DE DÉTAIL ET À
L'ÉTIQUETAGE

Le deuxième élément de l'évaluation est la mesure de l'étendue des promotions aux points de vente au détail et l'analyse de l'étiquetage des produits.

OBJECTIFS

Le module relatif au commerce de détail a deux objectifs :

- évaluer l'étendue des promotions liées aux produits visés vues aux points de vente au détail ; et
- évaluer la conformité de l'étiquetage des produits avec le Code et la législation nationale.

INDICATEURS

Les indicateurs proposés pour le module relatif au commerce de détail sont présentés dans le tableau 4.

Tableau 4. Indicateurs proposés pour les promotions et l'étiquetage dans les commerces de détail

Promotions	Étiquettes
Prévalence (%) des promotions associées aux produits visés relevant du champ d'application du Code aux points de vente au détail.	Prévalence (%) des étiquettes des produits qui enfreignent les critères applicables en violation du Code et des mesures nationales pertinentes.
Prévalence (%) des matériels promotionnels trouvés dans les commerces de détail qui enfreignent des critères applicables aux matériels respectifs.	

MÉTHODE D'ÉCHANTILLONNAGE

Trois bases d'échantillonnage distinctes sont recommandées pour choisir un échantillon total de 48 commerces de détail vendant les produits visés : 1) 33 petits magasins ; 2) 10 grands magasins ; et 3) cinq commerces de détail en ligne.

Petits magasins : Un petit magasin ou une pharmacie sera choisi à proximité de chacun des 33 centres de santé sélectionnés pour l'échantillon destiné à évaluer les établissements de santé (voir la section A). Les petits magasins incluront les épicerie qui restent ouvertes tard et les magasins/kiosques de quartier. Les pharmacies associées aux établissements de santé ne seront pas incluses. En cas de biais lié au type de commerce de détail à proximité immédiate des établissements de santé (essentiellement des pharmacies, par exemple, ou absence de petits magasins desservant la communauté), une méthode d'échantillonnage différente tenant compte du contexte local pourra être recherchée. Des instructions spéciales à l'intention des enquêteurs pour le choix de la pharmacie ou du magasin le plus proche sont présentées à l'annexe 3.

Grands magasins : 10 grands magasins qui vendent une grande quantité et un large éventail de produits visés sont choisis à dessein parce qu'il est notoire localement qu'ils vendent la majorité des produits pertinents disponibles à l'échelle nationale. Les grands magasins incluront les épicerie des chaînes nationales, les supermarchés et les magasins spécialisés dans les articles pour enfants en bas âge.

Commerces de détail en ligne : Les commerces de détail en ligne seront choisis compte tenu de leur notoriété locale et des recherches en ligne, comme décrit à la section C.

COLLECTE DES DONNÉES

Il existe deux méthodes différentes pour la collecte des données aux points de vente :

- 1) Recensement des produits pertinents vendus dans les commerces de détail (formulaire 5).
- 2) Enregistrement de tous les types de promotions liées aux produits pertinents dans le commerce de détail (formulaire 6). Ce formulaire s'applique uniquement aux grands et aux petits magasins – la collecte des données sur les promotions par l'intermédiaire des commerces de détail en ligne est décrite à la section C.

Recensement des produits vendus

En commençant par un grand magasin, un article de chacun des produits visés sera acheté et emporté au bureau central pour enregistrement. La liste des produits trouvés sera dressée. Cette liste sera ensuite emportée dans un deuxième grand magasin. Les produits trouvés dans le deuxième magasin mais ne figurant pas dans la liste seront achetés et emportés au bureau. Ils seront alors ajoutés à la liste des produits. On procédera ainsi dans cinq magasins au maximum jusqu'à ce qu'aucun nouveau produit ne soit trouvé. Les commerces de détail en ligne devront être inclus dans ce processus parce qu'ils peuvent proposer des produits qui ne se trouvent pas dans les magasins classiques, mais il faudra vérifier que ces produits sont réellement en vente dans le pays.

Pour les produits en vente dans des conditionnements de différentes dimensions, il est conseillé de choisir une taille intermédiaire ou la taille la plus couramment achetée. Les petits conditionnements (emballages pour une seule utilisation, par exemple) auront moins de chances de comporter toutes les informations figurant sur les conditionnements de plus grande dimension, tandis que ceux de très grande dimension risquent d'être d'un coût prohibitif. Vu la possibilité que des produits soient comptabilisés dans plusieurs commerces de détail, il est important de veiller à ne pas répéter l'enregistrement d'un même produit.

Les achats peuvent être effectués dans les magasins qui ont été choisis pour constituer l'échantillon ci-dessus ou dans différents magasins. Les deux options sont acceptables.

Enregistrement des promotions dans les commerces de détail (à l'exclusion des ventes au détail en ligne)

Dans tous les points de vente au détail classiques inclus dans l'échantillon, les enquêteurs commenceront par un entretien avec le responsable du magasin pour expliquer l'objet de l'étude et demander la permission de prendre des photos. Tous les types de matériels promotionnels observés seront photographiés ou un exemplaire du matériel sera emporté. Les photographies devront être de qualité car des informations détaillées devront être extraites de ces images lors de l'analyse des données. Pour les matériels qui peuvent être emportés (brochures, dépliants, bons de réduction), une même étiquette devra être apposée sur le formulaire de collecte des données et sur le matériel.

En plus des images de chaque promotion, le type de promotion devra être enregistré. Des formulaires papier de collecte des données pour l'enregistrement des détails relatifs aux promotions dans les commerces de détail sont présentés dans le formulaire 6. Si plus de 10 promotions sont trouvées dans un commerce de détail, ce formulaire pourra être reproduit pour permettre l'enregistrement de toutes les promotions trouvées. Les pays pourront aussi convertir ce formulaire en formulaire pour téléphone mobile s'ils optent pour une collecte de données mobile, comme indiqué à la section A.

Le détail des mesures particulières et des instructions relatives à la collecte des données à l'intention des enquêteurs est présenté à l'annexe 3.

Il est important de s'assurer que les numéros d'identification des photos ou les étiquettes sont enregistrés dans le formulaire de collecte des données aux fins de comparaison lors de l'analyse qui sera effectuée au bureau central.

EXAMEN SUR DOSSIER DES ÉTIQUETTES ET DES MATÉRIELS

Deux examens sur dossier seront effectués pour analyser les données recueillies dans les commerces de détail :

- 1) examen sur dossier des étiquettes sur les produits vendus dans les commerces de détail (photos et produits) ;
- 2) examen sur dossier des matériels promotionnels trouvés dans les commerces de détail (photos et exemplaires).

Les étiquettes sur les photos ou sur les produits mêmes seront soigneusement examinées eu égard à la liste de contrôle des critères relatifs aux informations et aux photos qui doivent ou ne doivent pas apparaître sur les étiquettes des produits. Le formulaire 7 propose une liste de critères fondée sur l'article 9 du Code. Certains critères s'appliquent à tous les produits et d'autres critères sont limités à certains types de produits. Des critères liés à la législation du pays devront par ailleurs être ajoutés à cette liste de contrôle.

De même que l'examen sur dossier des matériels promotionnels ou à but d'éducation/d'information provenant des établissements de santé (à la section C.5), l'examen sur dossier des matériels promotionnels trouvés dans les commerces de détail est effectué au moyen de la même liste de contrôle (formulaire 4), à l'exception des critères supplémentaires applicables aux matériels destinés aux seuls personnels de santé. Compte tenu de cette similitude, l'examen sur dossier de tous les matériels promotionnels, quel que soit le lieu, peut être effectué en même temps.

EXEMPLE DE PAYS : ÉVALUER LES ÉTIQUETTES SUR LES ALIMENTS POUR NOURRISSONS ET JEUNES ENFANTS AU NÉPAL

Une évaluation périodique des étiquettes sur les aliments pour nourrissons et jeunes enfants (y compris les substituts du lait maternel) a été effectuée au Népal, dans le cadre du projet international Helen Keller d'évaluation et de recherche sur l'alimentation de l'enfant (ARCH). À la suite d'une enquête sur les produits en vente, une liste générale des produits sur lesquels des données devaient être recueillies a été dressée. Un produit de chaque saveur et de chaque taille a été acheté. Trente et un magasins de la vallée de Katmandou ont été visités, dont cinq épiceries de détail de la chaîne nationale, cinq épiceries de détail indépendantes de taille intermédiaire et 22 magasins plus petits. Quatorze laits de fabrication industrielle pour nourrissons et jeunes enfants et 22 aliments de complément de fabrication industrielle ont été achetés.^{4,5} Les étiquettes des produits ont été photographiées et le texte des étiquettes a été examiné eu égard aux listes de contrôle pertinentes de l'étude par les chercheurs.

SAISIE DES DONNÉES ET CONTRÔLE DE QUALITÉ

Les données peuvent être enregistrées sur des formulaires papier de collecte de données, les données étant saisies au bureau ultérieurement. Une collecte de données mobile sur tablette ou smartphone est également possible.

⁴ Pereira C, Ford R, Feeley AB, Sweet L, Badham J, Zehner J. Cross-sectional survey shows that follow-up formula and growing-up milks are labelled similarly to infant formula in four low and middle income countries. *Maternal & Child Nutrition*. (2016) : 12(S2) : 91-105.

⁵ Sweet L, Pereira C, Ford R, Feeley AB, Badham J, Mengkheang K, Adhikary I, Gueye NYS, Coly AN, Makafu C, Zehner E. Assessment of corporate compliance with guidance and regulations on labels of commercially produced complementary foods sold in Cambodia, Nepal, Senegal and Tanzania. *Maternal & Child Nutrition*. 2016 : 12(S2) : 106-125.

ANALYSE ET INTERPRÉTATION DES DONNÉES

Une ventilation des indicateurs par type de promotion, type de produit, marque et type de point de vente au détail est proposée à l'annexe 6.

Lors de l'analyse de la conformité avec les critères du Code applicables aux étiquettes des produits, il est important de noter que certains critères indiquent ce qui devrait figurer sur l'étiquette et d'autres ce qui ne devrait pas y figurer. Les réponses, dans le formulaire 7, qui sont conformes au Code sont présentées dans le tableau 5.

Tableau 5. Réponses aux questions du formulaire 7 qui sont conformes au Code pour l'analyse sur dossier des étiquettes

Questions issues du formulaire 7	Réponses conformes au Code
7.1 Les informations relatives au produit sont imprimées sur le contenant ou sur une étiquette solidement fixée	Oui
7.2 La langue utilisée dans l'étiquette du produit est adaptée au pays où le produit est vendu	Oui
7.3 Contient des allégations nutritionnelles et/ou sanitaires	Non
7.4 Laisse entendre que le produit est approuvé par un groupement de personnels de santé ou de professionnels de la santé	Non
7.5 Inclut l'âge recommandé ou approprié pour l'introduction du produit	Oui
7.6 Inclut une invitation à prendre contact (directement ou indirectement) avec la société	Non
7.7 Contient des dispositifs promotionnels destinés à faire vendre les produits de la société visés par le Code	Non
7.8 Inclut une liste des ingrédients	Oui
7.9 Indique la composition nutritionnelle du produit	Oui
7.10 Contient des instructions relatives à la conservation	Oui
7.11 Inclut un numéro de lot	Oui
7.12 Indique la date limite de consommation du produit (date de péremption)	Oui
8.1 Inclut les mots « Avis important » ou leur équivalent	Oui
8.2 Inclut une déclaration sur la supériorité de l'allaitement au sein	Oui
8.3 Contient un texte ou des images de nature à idéaliser l'utilisation des substituts du lait maternel	Non
8.4 Contient un texte ou des images de nature à décourager ou compromettre l'allaitement au sein	Non
8.5 Contient des informations qui laissent ou font croire que les substituts du lait maternel sont équivalents ou supérieurs au lait maternel	Non
8.6 Contient une déclaration selon laquelle le produit ne doit être utilisé que sur l'avis d'un agent de santé	Oui
8.7 Contient une déclaration selon laquelle il est nécessaire d'obtenir l'avis d'un agent de santé concernant la méthode d'emploi appropriée	Oui
8.8 Contient une mise en garde contre les risques pour la santé liés à une préparation et une utilisation inappropriées	Oui
8.9 Si le produit est en poudre , contient une mise en garde indiquant que les produits lactés en poudre pour nourrissons peuvent contenir des micro-organismes pathogènes	Oui

- 8.10 **Si le produit est en poudre**, contient des instructions pour une préparation appropriée :
- a. l'étiquette illustre la méthode de préparation au moyen d'instructions graphiques claires ;
 - b. les instructions montrent l'utilisation de pratiques hygiéniques, propreté des mains, des surfaces de préparation, etc. ;
 - c. les instructions montrent qu'il est nécessaire de faire bouillir l'eau et de stériliser les ustensiles ;
 - d. les instructions montrent qu'il est nécessaire de confectionner une seule portion à la fois avec une préparation en poudre ;
 - e. les instructions montrent qu'il est nécessaire d'utiliser de l'eau à 70 °C ou plus pour réduire au maximum le risque de contamination par des microorganismes pendant la préparation ;
 - f. les instructions montrent qu'il est nécessaire de laisser refroidir la préparation avant de la donner au nourrisson si de l'eau chaude a été utilisée pour la reconstitution ;
 - g. les instructions montrent que les restes du produit doivent être jetés immédiatement.

Oui

Pour les aliments de complément :

9.1	Inclut une déclaration relative à l'importance du maintien de l'allaitement au sein jusqu'à l'âge de deux ans ou plus	Oui
9.2	Comprend une déclaration selon laquelle le produit ne doit pas être donné aux nourrissons de moins de six mois	Oui
9.3	Contient un texte ou des images suggérant que le produit doit être donné aux nourrissons âgés de moins de six mois	Non
9.4	Suggère que le produit doit être donné au biberon	Non
9.5	Contient un texte ou des images de nature à décourager ou compromettre l'allaitement au sein	Non
9.6	Contient des informations qui laissent ou font croire que les aliments de complément sont équivalents ou supérieurs au lait maternel	Non
9.7	Les palettes de couleurs, styles, noms de marque, slogans, ou symboles sont les mêmes que ceux qui sont utilisés pour les substituts du lait maternel produits par le même fabricant	Non
10.1	Contient des images ou des textes de nature à idéaliser l'utilisation des biberons et des tétines	Non

De la même façon, en analysant la conformité avec les critères du Code relatifs aux matériels à but d'information et d'éducation, il est important de noter que certains critères indiquent ce qui doit figurer dans ces matériels tandis que d'autres indiquent ce qui ne doit pas y figurer. Les réponses aux questions du formulaire 4 qui sont conformes au Code sont présentées dans le tableau 6.

Tableau 6. Réponses conformes au Code dans le formulaire 4 pour l'analyse sur dossier des matériels à but d'éducation et d'information trouvés dans les commerces de détail

Questions issues du formulaire 4	Réponses conformes au Code
10.1 Contient des informations claires sur les bienfaits et la supériorité de l'allaitement au sein	Oui
10.2 Contient des informations claires sur la nutrition maternelle	Oui
10.3 Contient des informations claires sur la préparation à l'allaitement au sein et son maintien	Oui
10.4 Contient des informations claires sur les effets négatifs sur l'allaitement au sein de l'introduction d'une alimentation partielle au biberon	Oui
10.5 Contient des informations claires sur la difficulté de revenir sur la décision de ne pas allaiter	Oui
10.6 Contient des informations qui laissent ou font croire que les substituts du lait maternel sont équivalents ou supérieurs au lait maternel	Non
10.7 Contient un texte ou des images de nature à décourager ou compromettre l'allaitement au sein	Non
10.8 Recommande tout produit alimentaire ou toute boisson pour les nourrissons âgés de moins de six mois	Non
10.9 Inclut une invitation à prendre contact (directement ou indirectement) avec la société	Non
10.10 Contient des dispositifs promotionnels destinés à faire vendre ses produits	Non
Critères supplémentaires pour les matériels qui mentionnent les préparations lactées pour nourrissons	
11.1 Contient des informations claires sur les incidences sociales et financières de l'utilisation des laits pour nourrissons	Oui
11.2 Contient des informations claires sur les dangers pour la santé des aliments et des méthodes d'alimentation inappropriés	Oui
11.3 Contient des informations claires sur les dangers pour la santé de l'utilisation superflue ou inappropriée des produits lactés pour nourrissons	Oui
11.4 Contient un texte ou des images de nature à idéaliser l'utilisation des substituts du lait maternel	Non
Critères supplémentaires pour les matériels qui mentionnent les aliments de complément	
12.1 Contient une déclaration relative à l'importance du maintien de l'allaitement au sein jusqu'à l'âge de deux ans ou plus	Oui
12.2 Contient une déclaration relative à l'importance de ne pas introduire des aliments de complément avant l'âge de six mois	Oui
12.3 Suggère que les aliments de complément peuvent être donnés au biberon	Non
12.4 Contient des informations laissant ou faisant croire que les aliments de complément sont équivalents ou supérieurs au lait maternel	Non
Critères supplémentaires pour les matériels destinés aux seuls personnels de santé	
13.1 Contient des informations non scientifiques, non factuelles	Non

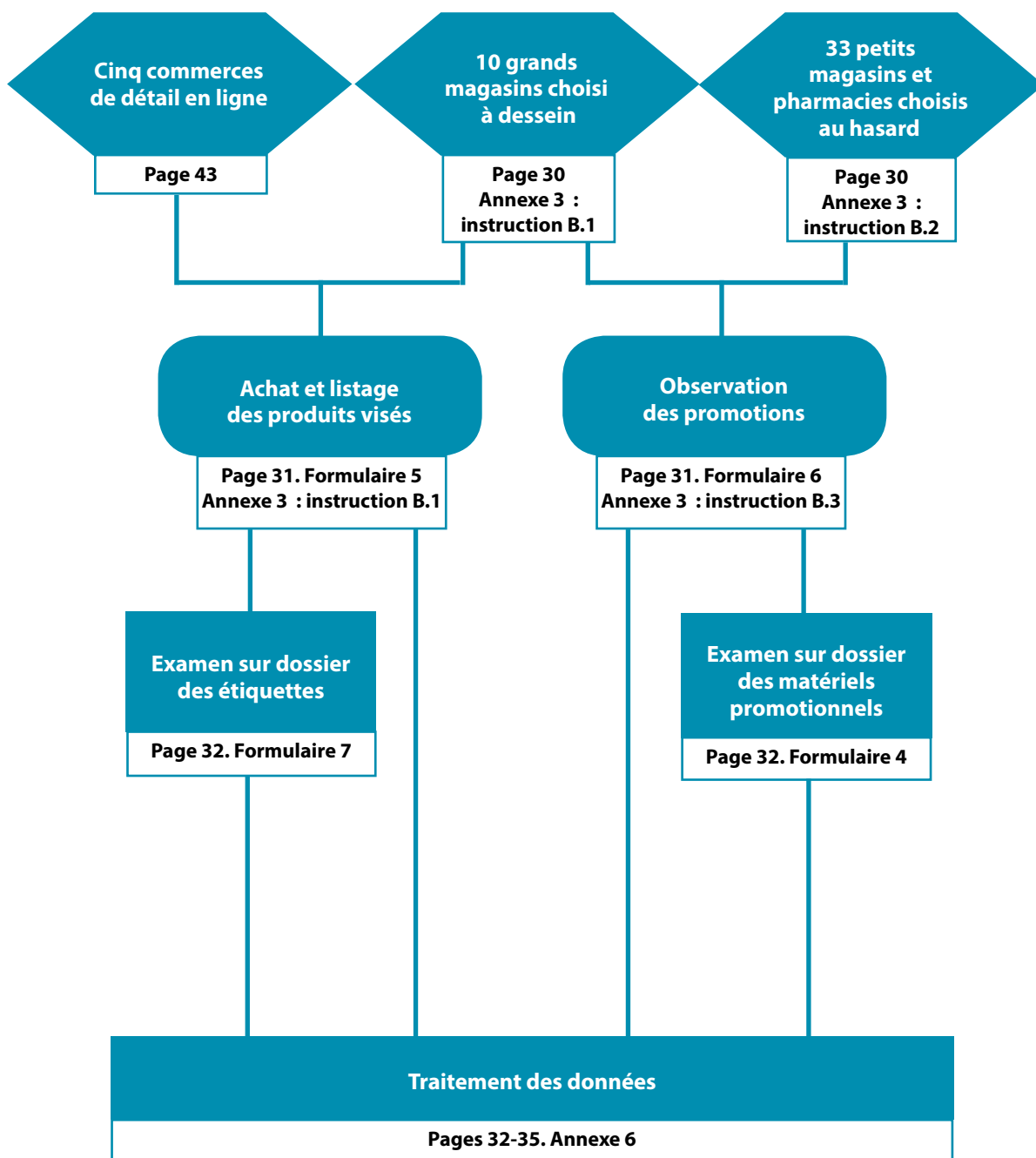
EXEMPLE DE PAYS : ÉVALUER LES PROMOTIONS DANS LES COMMERCES DE DÉTAIL AU SÉNÉGAL

Une évaluation des promotions en faveur des aliments pour nourrissons et jeunes enfants dans les commerces de détail au Sénégal (y compris les substituts du lait maternel) a été effectuée dans le cadre du projet d'évaluation et de recherche sur l'alimentation de l'enfant. Trente et un magasins au total – dont neuf magasins de dimension intermédiaire ou grands magasins choisis à dessein (y compris trois pharmacies) et 22 magasins de plus petite dimension choisis de façon aléatoire – situés dans Dakar, la capitale, ont été visités.⁶ Le personnel du projet, après une formation de trois jours à l'étude, s'est rendu dans les magasins et a recueilli des données sur les caractéristiques des magasins et des informations sur les promotions aux points de vente, notamment le type de promotion, les produits inclus et, le cas échéant, des photographies des promotions.



RÉSUMÉ/ORGANIGRAMME

Le troisième élément de l'évaluation consiste à estimer l'étendue de la promotion des produits visés par le Code dans les médias. Deux éléments sont évalués séparément – la publicité à la télévision et la publicité sur Internet.



Échantillonnage



Travail de terrain



Examen sur dossier et traitement



C – MODULE RELATIF AUX MÉDIAS TÉLÉVISION ET



Le troisième élément de l'évaluation est la mesure de l'étendue de la promotion des produits visés par le Code dans les médias. Deux éléments sont évalués séparément – la publicité à la télévision et la publicité sur Internet.

PUBLICITÉ À LA TÉLÉVISION⁷

Objectifs

Le présent module a pour objectif d'analyser la diffusion des publicités sur les chaînes de télévision nationales (publiques et privées) sur une période suffisante pour permettre d'enregistrer la variabilité des publicités.

L'examen aidera à déterminer :

1. le nombre des promotions de produits visés par le Code ;
2. la fréquence de ces publicités (nombre de fois/jour) ;
3. le type des messages promotionnels diffusés ;
4. les allégations par catégorie de produits.

Indicateurs

Les indicateurs proposés pour le module relatif à la télévision comprennent :

1. le nombre total d'annonces publicitaires télévisées pour les produits visés, groupés par type, sur une période de six mois ;
2. la fréquence sur les chaînes de télévision des publicités pour les produits lactés pour enfants âgés de moins de 36 mois ;
3. le nombre total de minutes de publicité pour les produits lactés pour enfants âgés de moins de 36 mois ;
4. le nombre total de minutes de publicité, par produit ;
5. les dépenses de publicité à la télévision, par produit ; et
6. les allégations sanitaires, nutritionnelles et autres, par produit.

Méthode d'échantillonnage

La conception d'une méthode d'examen de la publicité télévisée nécessite une méthode d'échantillonnage permettant de définir les médias à surveiller et sur quelle période, ainsi que les annonces à examiner. Il faudra pour cela définir la période d'échantillonnage, les médias cibles, le type de programmes, les produits pertinents, les types de publicités et la période étudiée (voir l'encadré 4 pour plus de détails).

⁷ Les pays pourront utiliser le même protocole pour examiner la publicité à la radio pour certains produits.

ENCADRÉ 4 MÉTHODE D'ÉCHANTILLONNAGE POUR LE SUIVI DES PUBLICITÉS À LA TÉLÉVISION

Durée de l'échantillon	<p>Les options suivantes sont recommandées selon le contexte national :</p> <ol style="list-style-type: none"> dans les pays où des organismes de suivi des médias enregistrent les programmes de télévision, il est recommandé de solliciter les données concernées quatre ou six mois avant l'évaluation proprement dite ; dans les pays où les organismes de suivi des médias ne conservent pas ou n'enregistrent pas ces informations, il est recommandé de leur confier le suivi et l'enregistrement des publicités particulières pendant un mois à compter du début de l'évaluation ; il est recommandé de tenir compte des effets possibles de la saisonnalité sur le type de publicité (Noël, par exemple). <p>Dans certains pays, les programmes de télévision sont peut-être déjà disponibles sous forme électronique pour leur achat par les diffuseurs. Il sera peut-être plus efficace et plus économique d'acheter un échantillon de jours de programmes que de les suivre ou les enregistrer directement.</p>
Chaînes cibles	<p>Chaînes programmées dans la capitale/les villes principales :</p> <ol style="list-style-type: none"> publiques (trois chaînes au maximum sur la base de la plus forte audience/du meilleur indice d'écoute parmi les chaînes publiques dans la capitale/les villes principales) ; privées (trois chaînes au maximum sur la base de la plus forte audience/du meilleur indice d'écoute parmi les chaînes privées dans la capitale/les villes principales) ; et câblées diffusant des programmes familiaux (trois grandes chaînes câblées au maximum sur la base de la plus forte audience/du meilleur indice d'écoute).
Type of programmes :	<ul style="list-style-type: none"> - Publicités/spots publicitaires télévisés - Programmes ciblant les parents et les enfants dans lesquels des publicités, des promotions, des jeux, des concours présentent sous un jour favorable les produits visés
Période étudiée	<p>24 heures (toute la journée) Faute de moyens ou de temps, deux plages pourront être choisies dans la journée (les heures de plus forte audience/du meilleur indice d'écoute)</p>
Exécutant	Organisme de suivi des médias contractuel

Collecte des données

Plusieurs éléments différents des données seront recueillis :

- fréquence/durée des publicités pour les produits ciblés diffusées quotidiennement ;
- nombre total des annonces télévisées pour cette période ;
- durée totale en minutes des annonces télévisées pour cette période ;
- nombre d'allégations par catégorie de produits.

Utiliser le formulaire 8 de collecte des données, Examen sur dossier des promotions diffusées dans les médias.

EXEMPLE DE PAYS : SUIVI DES MÉDIAS AU CHILI

Le Chili s'est servi des données recueillies dans le cadre de ses nouvelles mesures de lutte contre l'obésité pour évaluer les violations dans les médias de sa législation nationale relative au Code. Cette législation anti-obésité, qui incluait des mesures destinées à prévenir la promotion des aliments et des boissons préjudiciables à la santé des enfants, imposait un suivi des médias. À cette fin, le Département de la nutrition du Ministère de la santé a acheté 12 mois de programmes de télévision pour rechercher les violations visées par la législation anti-obésité. Dans le cadre de son évaluation de l'application du Code, le Département de la nutrition s'est appuyé sur cette base de données pour rechercher les violations de la législation nationale relative au Code sur un sous-échantillon de jours.

PUBLICITÉ SUR INTERNET

Objectifs

L'objet du présent module est d'analyser la promotion des produits visés sur un éventail de plateformes en ligne, comme des sites Web, Facebook, Twitter, YouTube ou Instagram.

L'examen aidera à déterminer :

1. Le nombre des publicités diffusées sur Internet pour :
 - a. les laits pour enfants âgés de zéro à six mois, de six mois et plus et de 12 mois et plus ;
 - b. les aliments de complément pour enfants âgés de moins de six mois ;
 - c. les aliments de complément pour enfants âgés de six à 24 mois ;
 - d. les biberons.
2. Le type d'identifiants de marque sur les sites où des messages publicitaires et/ou promotionnels ont été trouvés.
3. Le type de messages promotionnels et d'allégations disponibles sur Internet pour les produits visés, notamment les allégations sanitaires, nutritionnelles et autres, par catégorie de produits.

Méthode d'échantillonnage

La promotion en ligne des substituts du lait maternel sera le plus probablement communiquée par trois sources : 1) fabricants ou distributeurs de laits pour nourrissons et d'autres produits alimentaires pour nourrissons ; 2) magazines/forums en ligne pour les mères ; et 3) commerces de détail en ligne. L'examen des promotions présentes sur les diverses plateformes en ligne pour chaque source est important.

Fabricants de produits alimentaires pour nourrissons : Une simple recherche en ligne permettra de recenser les sites Web de tous les fabricants des produits visés dans le pays. La recherche utilisera le nom de la société, le nom de la marque et le nom des produits. Ces sites Web devront en général être issus du pays ou cibler clairement la clientèle nationale (et ne pas émaner du siège mondial). Pour chaque société, une recherche visera également à trouver les pages Facebook, les comptes Twitter, les chaînes YouTube ou les sites Instagram. Le cas échéant, ceux-ci seront enregistrés et inclus dans l'échantillon.

Magazines/forums en ligne pour les mères : Environ 10 magazines ou forums en ligne qui ciblent les femmes enceintes et les mères de jeunes enfants devront être choisis. Il s'agira des sites les plus populaires consultés par ces femmes. Des outils d'analyse en ligne, comme Google Analytics, et une recherche en ligne à partir

des mots clés liés à l'alimentation du nourrisson et du jeune enfant pourront être utilisés pour identifier les sites les plus populaires dans le pays. À défaut de méthodes d'analyse pour la recherche de ces sites, de brefs entretiens avec les femmes vues dans les dispensaires de soins prénatals et du post-partum pourront être utilisés pour recenser les sites Web les plus populaires. Pour chaque magazine ou forum en ligne trouvé, une recherche sera aussi effectuée pour trouver les pages Facebook, les comptes Twitter, les chaînes YouTube ou les sites Instagram correspondants.

Commerces de détail en ligne : Environ cinq grands commerces de détail en ligne vendant les produits qui entrent dans le champ d'application du protocole seront choisis. Une recherche en ligne basée sur les mots clés liés à l'alimentation du nourrisson et du jeune enfant permettra de les trouver.

Collecte des données

La collecte des données peut être effectuée depuis un bureau central, moyennant la consultation de tous les sites Web, pages Facebook, comptes Twitter, chaînes YouTube ou comptes Instagram recensés. La liste générale de tous les sites consultés, assortie d'une capture d'écran électronique de chaque page, sera établie.

Pour chaque promotion trouvée, le formulaire 8 sera rempli pour fournir des détails sur le type de promotion, les messages communiqués et les produits mentionnés. Il est important d'inclure les promotions qui diffèrent des simples publicités statiques, notamment les invitations à « aimer » un produit, les loteries ou les tombolas, l'adhésion à un club, les prix réduits ou les incitations à acheter.

Comme indiqué à la section B, les produits vendus par les commerces de détail en ligne doivent être définis. S'il s'agit de produits qui ne sont pas disponibles dans les magasins classiques, ceux-ci seront achetés et inclus dans l'analyse de l'étiquetage décrite à la section B.

ANALYSE ET INTERPRÉTATION DES DONNÉES

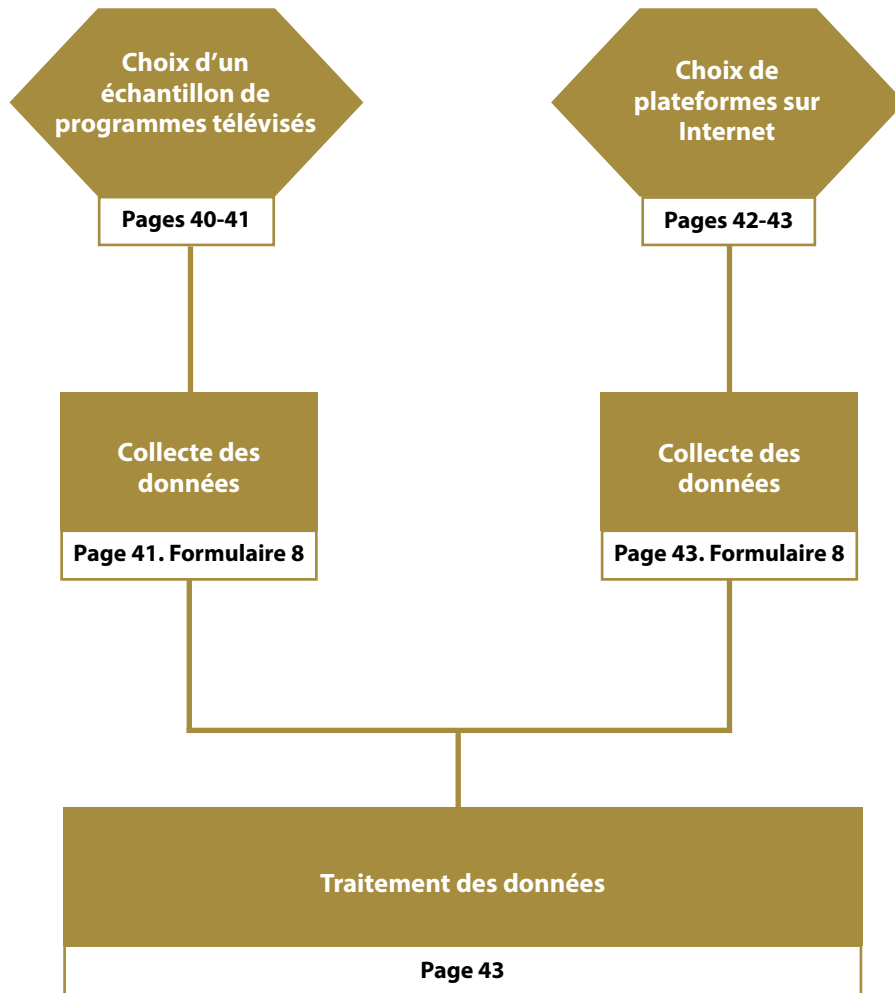
Les données/informations sur les promotions dans les médias seront traitées et analysées séparément selon qu'il s'agit de promotions à la télévision ou sur Internet. L'annexe 7 propose des modèles de tableaux (voir ci-dessous) qui peuvent être utilisés pour communiquer les données sur les promotions à la télévision.

- **Tableau 1.** Fréquence et durée, en minutes, des promotions, par type de produit, société, heure de la journée et chaîne.
- **Tableau 2.** Type de promotions diffusées.
- **Tableau 3.** Nombre d'allégations faites, par type d'allégation et catégorie de produit.
- **Tableau 4.** Pourcentage des annonces pour des aliments de complément qui font en même temps la promotion des substituts du lait maternel, par société.

L'annexe 8 propose des modèles de tableaux qui peuvent être utilisés pour communiquer les données relatives aux promotions sur Internet.

- **Tableau 1.** Nombre de promotions trouvées par moyen de communication, type de produit, société, type de réseau.
- **Tableau 2.** Type of promotions diffusées par moyen de communication.
- **Tableau 3.** Nombre d'allégations faites, par type d'allégation et catégorie de produit.
- **Tableau 4.** Pourcentage des publicités pour des aliments de complément qui font en même temps la promotion des substituts du lait maternel, par société et moyen de communication.

RÉSUMÉ/ORGANIGRAMME



Échantillonnage



Examen sur dossier et traitement





DIFFUSION DES RÉSULTATS



Une étape importante de l'évaluation est la diffusion des conclusions et des résultats. Les résultats de l'évaluation, et les recommandations qui s'ensuivent, doivent être communiqués aux publics cibles, notamment ceux qui participeront au suivi en appliquant les recommandations.

La toute première recommandation concerne la définition des publics cibles. Ceux-ci incluront notamment des responsables gouvernementaux de haut niveau, des parlementaires, le personnel de diverses administrations publiques, les représentants des sociétés, les associations de professionnels de la santé, les organisations de la société civile et les bailleurs de fonds. Une fois le public cible défini, les stratégies de diffusion les plus appropriées pourront être choisies parmi celles qui sont proposées ci-après :

- rapport complet (document de travail technique incluant une analyse complète des résultats, des méthodes et des recommandations) ;
- document succinct couvrant les questions plus générales à des fins de sensibilisation ;
- note d'information à l'intention des responsables de l'élaboration des politiques, des décideurs et des partenaires de développement ;
- article(s) pour des revues à comité de lecture ;
- exposés à l'intention des différents groupes cibles (communauté de la santé et de la nutrition, communautés, médias, responsables de l'élaboration des politiques) ;
- communiqués de presse et médias d'information ;
- conférences de presse et séances d'information ;
- distributions d'articles ;
- flux de nouvelles dans les médias sociaux (Facebook, Twitter et Instagram, etc.) ; et
- publication de bulletins par des organismes publics ou privés.

EXEMPLE DE PAYS : POUVOIR POLITIQUE ET PRÉSENTATION DES RÉSULTATS D'UNE ÉVALUATION DU CODE EN ÉQUATEUR

Le pouvoir politique peut jouer un rôle crucial en appuyant le suivi et l'évaluation du Code, en diffusant les résultats, et en garantissant des mesures de suivi adaptées, notamment la mise en place d'un système de suivi continu. En Équateur, un rapport d'évaluation du Code faisant apparaître plusieurs violations a été publié en 2017. Pour en assurer une large diffusion, le Ministère de la santé, l'Organisation panaméricaine de la Santé/l'Organisation mondiale de la Santé et l'UNICEF ont réuni les représentants de la société civile, de la société de pédiatrie, des établissements universitaires, de la presse, de la chambre de commerce et de l'industrie des laits pour nourrissons pour annoncer la parution du rapport. Cette manifestation, présidée par le Ministre de la santé, a témoigné de l'efficacité de la direction politique et de sa détermination à tenir les producteurs et les fabricants responsables de leurs actions qui enfreignent et compromettent la législation nationale.

RAPPORT D'ÉVALUATION ET PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

Entre autres produits et résultats d'une évaluation, la présentation d'un rapport technique assorti des résultats détaillés et de la méthodologie utilisée est notamment recommandée. Les grandes lignes d'un modèle de rapport sont proposées à l'annexe 9. Les pays sont encouragés à adapter le plan de rapport à leur contexte local, à leurs besoins particuliers et au public cible.

Une version abrégée du rapport devra aussi être établie à l'intention des responsables politiques, des décideurs et des faiseurs d'opinion pertinents. Les grandes lignes d'un modèle de rapport succinct sont présentées à l'annexe 10.

Les présentations PowerPoint sont un autre outil qui peut être utilisé à des fins de sensibilisation et pour diffuser les résultats de l'évaluation. Elles fournissent des informations visuelles qui, en apportant des clarifications, peuvent aider à comprendre les explications données oralement. L'annexe II.11 propose un modèle de présentation PowerPoint des résultats d'une évaluation.





Christopher Boswell

ANNEXES



ANNEXE 1 ÉLABORER ET AFFINER UNE LISTE GÉNÉRALE DES ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ

Pour choisir un échantillon aléatoire de centres de santé aux fins de l'étude, il est nécessaire de dresser d'abord une liste générale des centres de santé remplissant les conditions requises. Pour choisir les plus grandes maternités, il est également indispensable de disposer d'une liste des maternités qui peuvent être classées en fonction de leur taille. Plusieurs aspects devront être pris en considération lors de l'établissement et de l'affinement d'une liste générale des établissements de santé.

Définir le champ des établissements de santé qui seront inclus dans la liste générale

- a.** Établissements de santé qui dispensent des services de santé de l'enfant (vaccination, conseils en matière de nutrition, mesure du poids, etc.) et maternités.
- b.** Tenir compte des pratiques locales et du contexte urbain.
- c.** Exclure les pharmacies, laboratoires et dispensaires spécialisés autonomes.
- d.** Inclure les dispensaires mobiles s'ils sont adaptés au contexte.
- e.** Déterminer dans quelle mesure il convient d'inclure le secteur privé. Cette décision dépendra :
 - o de la fréquence à laquelle les établissements privés sont utilisés pour les soins de santé de l'enfant ;
 - o de la facilité avec laquelle des informations sur les établissements privés peuvent être obtenues ;
 - o de la facilité avec laquelle il sera possible d'accéder aux établissements privés et d'obtenir l'autorisation d'y effectuer l'évaluation.

Recenser les sources de données existantes – Quelles listes d'établissements de santé existent déjà pour la plus grande ville du pays ?

La plupart des pays devraient disposer d'au moins une liste des établissements de santé pouvant être obtenue auprès de différentes entités, notamment pour la ville principale (voir l'encadré 1). Les pays commenceront par la source principale (le ministère de la santé, par exemple) et ils ajouteront les informations provenant de toutes les autres sources de données disponibles. Ce processus nécessitera des recoupements pour garantir la présence d'une seule fiche par établissement dans la liste générale finale. On trouvera des instructions supplémentaires sur la manière de remplir la liste générale au moyen des données provenant de plusieurs sources à la section 3.2, *Populate the MFL with existing data in Creating a Master Facility List*, OMS (22-24).¹

¹ http://www.who.int/healthinfo/systems/WHO_CreatingMFL_draft.pdf. Voir les pages 22-24.

ENCADRÉ 1. SOURCES POSSIBLES AUPRÈS DESQUELLES OBTENIR UNE LISTE PRÉLIMINAIRE DES ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ DANS LES PAYS

- Le ministère de la santé aux niveaux national et/ou urbain devrait au moins disposer d'une liste des établissements publics.
- Le système habituel de notification des établissements de santé (système d'information pour la gestion sanitaire) devrait disposer des dossiers relatifs aux établissements publics, voire également aux établissements privés.
- Les services liés à la santé de l'enfant qui relèvent du ministère de la santé pourront avoir des informations sur les établissements qui proposent en particulier des services de soins de santé de l'enfant (vaccination, par exemple, pour la distribution des vaccins).
- Organismes comme le bureau central de la statistique, le bureau du registre du commerce et les associations médicales professionnelles.
- Les organes de réglementation distincts qui octroient les licences aux établissements de santé (le cas échéant).
- Les autres organisations qui représentent des organisations privées/confessionnelles et les communautés d'ONG.

Déterminer la qualité des listes existantes – que rechercher dans les sources de données?

1. Adaptation à la population étudiée

Il est important de s'assurer d'abord que les établissements de santé qui figurent dans les listes représentent bien les mères ayant des enfants de moins de 24 mois dans la population générale ou les femmes qui viennent d'accoucher. Les établissements de santé devront entrer dans le champ de la liste générale définie comme adaptée au contexte de la ville particulière.

2. Exhaustivité

a. Établissements – les listes des établissements privés et les informations les concernant sont souvent incomplètes dans la plupart des pays. Il sera par ailleurs important de vérifier si certains types et lieux géographiques/services administratifs des établissements de santé qui proposent des services de soins de santé de l'enfant sont absents dans les sources de données existantes.

b. Informations – Il sera important de vérifier si les sources de données existantes contiennent les éléments d'information suivants pour chaque établissement de santé :

- nom de l'établissement
- type d'établissement
- secteur (public ou privé)/autorité administrative
- lieu/adresse
- année de collecte/mise à jour des données
- taille de l'établissement.

3. Informations relatives à la taille de l'établissement

Pour choisir les établissements par échantillonnage avec probabilité proportionnelle à la taille, il est nécessaire de disposer de données relatives à la taille de chaque établissement. L'indicateur

recommandé est le nombre d'enfants âgés de moins de 24 mois vus dans l'établissement au cours de l'année écoulée pour le choix des centres de santé et le nombre d'accouchements assistés au cours de l'année écoulée pour les maternités. Selon les données disponibles pour le pays particulier, d'autres éléments pourront toutefois servir d'indicateurs indirects de la taille de l'établissement.

- Nombre disponible d'enfants âgés de moins d'un certain âge (un an, trois ans, cinq ans, par exemple) vus dans l'établissement sur une période donnée (nous recommandons « au cours de l'année écoulée ») (pour la liste des centres de santé).
- Nombre des nouveau-nés nouvellement enregistrés pour les services de soins de santé de l'enfant sur une période donnée (nous recommandons « au cours de l'année écoulée »).
- Nombre total de personnes vues dans un certain service d'hospitalisation/de l'établissement de santé sur une période donnée (nous recommandons « au cours de l'année écoulée »).
- Cible estimative de la vaccination infantile pour certains types et/ou doses de vaccin fixée pour l'établissement de santé.

Quel que soit l'indicateur de la taille de l'établissement utilisé, il devra être identique dans tous les établissements (ne pas prendre, par exemple, le nombre de nouveau-nés enregistrés pour certains centres de santé et recueillir ensuite le nombre d'enfants âgés de moins de cinq ans vus dans d'autres centres de santé).

4. À jour

Il est important de se demander si les données relatives à tous les établissements de santé qui figurent dans la même liste ont été recueillies/actualisées en même temps (si l'élément « année de collecte/mise à jour » varie selon les établissements de santé). Il sera par ailleurs nécessaire de prendre en considération les changements survenus dans la population et dans l'organisation des établissements de santé de cette ville depuis la dernière année de collecte/mise à jour des données.

Comblent les lacunes – stratégies pour recueillir les informations manquantes sur les établissements de santé

1. Contacter les établissements de santé inclus dans les sources de données existantes par les moyens suivants :
 - a. en se rendant sur place
 - b. par téléphone
 - c. par courriel ou d'autres voies électroniques.
2. Solliciter les informations manquantes auprès des responsables sanitaires aux premiers niveaux administratifs (niveau du district dans la ville, par exemple).

Ajouter les établissements manquants – stratégies pour inclure les établissements manquants dans la liste

1. Découvrir des établissements supplémentaires en interrogeant les responsables sanitaires aux premiers niveaux administratifs (niveau du district dans la ville, par exemple).
2. Découvrir des établissements supplémentaires en interrogeant des informateurs communautaires (dirigeants et porte-parole communautaires).
3. Découvrir des établissements supplémentaires en examinant d'autres bases de données publiques ayant des liens indirects (ressources humaines, approvisionnement en vaccins si elles relèvent du pouvoir central).

ANNEXE 2 MÉTHODE D'ÉCHANTILLONNAGE PAR PROBABILITÉ PROPORTIONNELLE À LA TAILLE : INSTRUCTIONS PAS-À-PAS

Le processus de sélection des centres de santé est expliqué ci-dessous.

1. Établir la liste des centres de santé (à l'aide du formulaire d'échantillonnage 1 ci-dessous) assortie du nombre des mères/accouchements assistés (un chiffre approximatif suffit) et, dans une troisième colonne, leur nombre cumulé (voir l'exemple dans le tableau 1).
2. Diviser le total de la population étudiée dans tous les centres de santé par le nombre des centres qui constitueront l'échantillon. Trente-trois centres seront généralement choisis mais, par souci de simplicité pour l'exemple ci-dessous, nous choisirons un échantillon de cinq centres. Le pas d'échantillonnage obtenu sera donc de $5,452/5=1090$.
3. Choisir un nombre aléatoire entre 1 et le pas d'échantillonnage (1090). Le plus facile sera de produire un nombre aléatoire dans Excel ou sur Internet. Ainsi, dans Excel, la fonction « =1090*rand() » produira un nombre aléatoire entre 1 et 1090. On pourra aussi prendre les quatre derniers chiffres (le nombre des chiffres du pas d'échantillonnage) du numéro de série d'un billet de banque (s'il est supérieur à 1090, choisir un autre billet). Supposons que le numéro aléatoire est 482. Ce nombre sera intégré dans la liste de la population cumulée pour désigner la première zone de l'échantillon. Le nombre 482 étant supérieur à 250 mais inférieur à 570, le centre de santé n° 2 sera choisi. Ajouter maintenant le pas d'échantillonnage (1090) au nombre aléatoire initial ($482 + 1090 = 1572$). Ce nombre se situant entre les zones 4 et 5 c'est le centre de santé 5 qui sera choisi. Ajouter ensuite le pas d'échantillonnage à 1572 et continuer ainsi jusqu'à ce que les cinq centres aient été choisis.
4. Si une zone est choisie deux fois, le nombre des femmes qui seront interrogées dans ce centre de santé sera multiplié par deux.

Tableau 1. Exemple d'échantillonnage (Formulaire d'échantillonnage 1)

Numéro du centre de santé	Population étudiée (nombre de femmes/accouchements assistés au cours du mois écoulé)	Population cumulée
1	250	250
2	320	570
3	280	855
4	410	1265
5	400	1665
6	170	1835
7	185	2020
8	330	2350
9	375	2725
10	292	3017
11	310	3327
12	450	3777
13	290	4067
14	340	4407
15	440	4847
16	320	5167
17	280	5452

ANNEXE 3 MANUEL DE L'ENQUÊTEUR

A. QUESTIONNAIRE POUR LES MÈRES ET QUESTIONNAIRE POUR LES ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ

Le jour de la visite, entretenez-vous d'abord avec le directeur de l'établissement de santé pour parler de l'objet de la visite et de la logistique. Obtenez la permission d'avoir des entretiens avec les mères (pour les centres de santé seulement), de prendre des photos et d'interroger l'informateur clé. Dans les petits établissements, l'informateur clé pourra être le directeur, tandis que dans les plus grands il pourra s'agir du chef du service de pédiatrie ou du service de santé de la mère et de l'enfant. Obtenez un consentement éclairé. Laissez le personnel vous aider à vous familiariser avec l'établissement et trouver un endroit tranquille et isolé pour les entretiens.

Instruction A.1. Entretiens avec les mères – Pour les centres de santé seulement (Voir le formulaire 1, Questionnaire pour les mères)

Dans de nombreux pays, les mères se présentent d'ordinaire tôt le matin dans les établissements de santé. Aussi est-il recommandé de commencer la série d'évaluations dans l'établissement de santé par les entretiens avec les mères. Ces entretiens peuvent avoir lieu avant ou après la consultation des mères dans l'établissement de santé, selon ce qui convient le mieux. Demandez au personnel de vous indiquer les mères qui ont un enfant âgé de moins de 24 mois. Les entretiens avec les mères se poursuivront jusqu'à ce que le quota de cinq nourrissons âgés de moins de six mois et de cinq nourrissons/enfants âgés de six à 24 mois soit atteint.

Pour chaque mère qui a un enfant âgé de moins de 24 mois, un questionnaire pour les mères sera rempli. Commencez par expliquer l'enquête à la mère et lui demander son accord pour l'entretien. Si elle y consent, invitez-la à signer le formulaire de consentement avant le début de l'entretien.

Remplissez d'abord la page de couverture. Chaque questionnaire portera un identifiant unique, préalablement apposé sur le questionnaire ou figurant sur une étiquette pré-imprimée qui sera collée sur le questionnaire. Notez le type d'établissement où a lieu l'entretien. Si l'établissement de santé comporte des services distincts, notez le service particulier où se présentent les mères (soins pédiatriques, par exemple). Enregistrez le nom de l'établissement. Le même nom sera utilisé pour tous les entretiens qui se déroulent dans le même établissement. Enregistrez le nom et le numéro de code de l'enquêteur et la date de l'entretien. (Cette page sera, si possible, renseignée avant la prise de contact avec la mère.)

- Q1. Vérifiez que la personne interrogée est la mère biologique de l'enfant âgé de moins de 24 mois. Il n'est pas indispensable que l'enfant soit présent.
- Q2. Enregistrez le nombre d'enfants âgés de moins de 24 mois. (Les enfants décédés ne seront pas comptabilisés mais il n'est pas nécessaire de vérifier que chaque enfant est en vie.)
- Q3. Enregistrez la date de naissance des enfants âgés de moins de 24 mois, en commençant par le plus jeune.
- Q4. Si la mère a un enfant âgé de moins de 24 mois, interrogez-la à propos de cet enfant :
Si la mère a deux enfants âgés de moins de 24 mois, et :
 - si l'identifiant du questionnaire se termine par 0, 2, 4, 6 ou 8, interrogez-la à propos du CADET ;
 - si l'identifiant du questionnaire se termine par 1, 3, 5, 7 ou 9, interrogez-la à propos de l'AÎNÉ.

Si la mère a trois enfants âgés de moins de 24 mois, et :

- si l'identifiant du questionnaire se termine par 0, 3, 6 ou 9, interrogez-la à propos du CADET ;
- si l'identifiant du questionnaire se termine par 1, 4 ou 7, interrogez-la à propos du deuxième enfant ;
- si l'identifiant du questionnaire se termine par 2, 5 ou 8, interrogez-la à propos de l'AÎNÉ.

Calculez l'âge de l'enfant choisi sur la base de sa date de naissance (Q3). Si le quota pour la classe d'âge (« moins de six mois » ou « six mois ou plus ») à laquelle l'enfant appartient a déjà été atteint, remerciez la mère du temps qu'elle vous a accordé et mettez fin à l'entretien. Si le quota n'a pas été atteint, enregistrez l'enfant qui a été choisi.

Q5. Calculez l'âge de l'enfant sur la base de sa date de naissance et vérifiez son âge avec la mère.

Q6. Demandez le nom de l'enfant choisi, mais ne le notez pas. Utilisez ce nom dans les questions ultérieures à propos de l'enfant.

Q7. Demandez où l'enfant est né.

Q8. Demandez jusqu'à quel niveau la mère a été scolarisée.

Q9-12. Demandez si quelqu'un a conseillé à la mère d'alimenter l'enfant choisi avec un produit lacté autre que le lait maternel. En l'absence de recommandation de ce type, passez à la question 13. Le tableau qui suit est organisé selon les produits qui lui ont été recommandés. Si le même produit a été recommandé par plusieurs personnes, remplissez une seule colonne pour ce produit, et notez les différentes personnes qui ont formulé cette recommandation.

Si la recommandation concernait un produit lacté destiné à une classe d'âge particulière, notez le type, la société et la marque (voir les définitions ci-dessous). Si la recommandation concernait une ligne générale de laits pour nourrissons et enfants en bas âge, choisissez « assortiment » et notez la société et la marque. Si la recommandation concernait des produits lactés en général, sans mention d'une société ou d'une marque particulière, saisissez « 99 » pour la société ou la marque.

Pour la question 11, demandez qui a recommandé le produit. Si plusieurs personnes ont recommandé le produit, cochez les mentions appropriées. Notez qu'il existe plusieurs types de professionnels de la santé – médecins de famille/généralistes, personnel infirmier, gynécologues, sages-femmes, pédiatres et nutritionnistes. Les pharmaciens entreront dans la catégorie des employés d'une pharmacie. « Représentant d'une société » désigne une société autre que le magasin. Une fois la première colonne remplie, demandez à la mère si d'autres personnes lui ont conseillé d'alimenter le nourrisson avec un lait autre que le lait maternel. Si tel est le cas, remplissez la deuxième colonne comme ci-dessus concernant le produit qui a été recommandé. Procédez de même pour les troisième et quatrième colonnes jusqu'à ce que la mère dise que personne d'autre ne lui a recommandé d'autres produits.

Q13-16. Demandez à la mère si on lui a conseillé de donner au nourrisson d'autres aliments ou boissons (à part le lait maternel ou des produits lactés) avant qu'il atteigne l'âge de six mois. Si l'enfant choisi est actuellement âgé de moins de six mois, la question sera formulée comme suit « Est-ce que quelqu'un vous a dit ... ». Si l'enfant choisi est actuellement âgé de six mois ou plus, la question sera formulée à titre rétrospectif comme suit « Est-ce que quelqu'un vous a dit de commencer... avant qu'il atteigne l'âge de six mois ». En l'absence d'une recommandation de ce type, passez à la question 17.

Le tableau qui suit est organisé en fonction des produits qui ont été recommandés à la mère. Si le même produit a été recommandé par plusieurs personnes, remplissez une seule colonne pour ce produit et notez les différentes personnes qui ont formulé cette recommandation.

Si la recommandation concernait un aliment de complément de fabrication industrielle, cochez la première catégorie et enregistrez la société et la marque particulières (voir les définitions ci-dessous). Si la recommandation concernait des aliments de complément de fabrication industrielle en général (« pots d'aliments pour nourrissons »), sans mention d'une société ou d'une marque particulière, saisissez « 99 » pour la société ou la marque. Si la recommandation concernait un aliment qui n'est pas spécialement étiqueté comme étant adapté aux enfants âgés de moins de 24 mois (transformé ou non transformé), cochez la deuxième ou la troisième catégorie, mais n'enregistrez aucun nom de société ou de marque.

À la question 15, demandez qui a recommandé le produit. Si plusieurs personnes ont recommandé le produit, cochez les mentions appropriées. Notez qu'il existe plusieurs types de professionnels de la santé – médecins de famille/généralistes, personnel infirmier, gynécologues, sages-femmes, pédiatres et nutritionnistes. Les pharmaciens entreront dans la catégorie des employés d'une pharmacie. « Représentant d'une société » désigne une société autre que le magasin.

Une fois la première colonne remplie, demandez à la mère si d'autres personnes lui ont recommandé de donner d'autres aliments ou boissons avant l'âge de six mois. Si tel est le cas, remplissez la deuxième colonne comme ci-dessus concernant le produit qui a été recommandé. Procédez de même pour les troisième et quatrième colonnes jusqu'à ce que la mère dise que personne d'autre ne lui a recommandé d'autres produits.

- Q17-21. Pour chaque type de média cité dans la colonne à la question 17, demandez si la mère a entendu ou vu des promotions pour des produits lactés pour enfants âgés de moins de trois ans ou pour des biberons et des tétines dans l'établissement de santé où se déroule l'entretien. Les matériels produits par les sociétés qui fabriquent ces produits seront inclus même s'ils ne mentionnent pas un produit particulier. Une brochure d'un fabricant de préparations portant sur l'alimentation du nourrisson en général, par exemple, sera incluse. De la même façon, un bloc-notes d'un fabricant de biberons sera inclus.

Cochez la case à la question 17 si la réponse est positive. Enregistrez aux questions 18 et 19 le nom de la société, la marque et le type de produit qui a été promotionné ou mentionné. Demandez ensuite à la mère si elle a vu ou entendu une deuxième promotion du même type. Dans l'affirmative, enregistrez aux points 20 et 21 le nom de la société, la marque et le type de produit. Passez au type de promotion suivant et remplissez le tableau ligne après ligne.

- Q22-26. Les questions dans ce tableau ne s'appliquent qu'aux nourrissons âgés de moins de six mois (cochez la question 5) qui sont nés dans un établissement de santé (cochez la question 7). Si l'enfant est âgé de plus de six mois ou n'est pas né dans un établissement de santé, passez à la question 27.

Pour chaque type de média cité dans la colonne à la question 22, demandez si la mère a entendu ou vu des promotions pour des produits lactés pour enfants âgés de moins de trois ans ou pour des biberons et des tétines dans l'établissement où l'enfant est né. Les matériels produits par les sociétés qui fabriquent ces produits seront inclus même s'ils ne mentionnent pas un produit particulier. Une brochure d'un fabricant de préparations portant sur l'alimentation du nourrisson en général, par exemple, sera incluse. De la même façon, un bloc-notes d'un fabricant de biberons sera inclus.

Cochez la case à la question 22 si la réponse est positive. Enregistrez aux questions 23 et 24 le nom de la société, la marque et le type de produit qui a été promotionné ou mentionné. Demandez ensuite à la mère si elle a vu ou entendu une deuxième promotion du même type. Dans l'affirmative, enregistrez aux questions 25 et 26 le nom de la société, la marque et le type de produit. Passez au type de promotion suivant et remplissez le tableau ligne après ligne.

Q27-31. Pour chaque type de média cité dans la colonne à la question 27, demandez si la mère a entendu ou vu des promotions pour des produits lactés pour enfants âgés de moins de 24 mois ou pour des biberons et des tétines dans l'établissement de santé ou se déroule l'entretien. Cela fait référence aux promotions vues ou entendues au cours des six mois écoulés. Notez que pour les nourrissons âgés de moins de six mois, cette période inclura l'expérience de la mère dans l'hôpital ou la maternité où elle a accouché. Les matériels produits par les sociétés qui fabriquent ces produits seront inclus même s'ils ne mentionnent pas un produit particulier.

Cochez la case à la question 27 si la réponse est positive. Enregistrez aux questions 28 et 29 le nom de la société, la marque et le type de produit qui a été promotionné ou mentionné. Demandez ensuite à la mère si elle a vu ou entendu une deuxième promotion du même type. Dans l'affirmative, enregistrez aux questions 30 et 31 le nom de la société, la marque et le type de produit. Passez au type de promotion suivant, et remplissez le tableau ligne après ligne.

Q32-36. Ces questions portent sur l'éventuelle participation de la mère à des groupes ou événements sociaux conçus pour les mères ou les aidants de jeunes enfants. Les questions 32 et 33 concernent les groupes ou événements en ligne tandis que les questions 34-36 visent les activités auxquelles la mère participe personnellement.

Pour chaque activité, notez si la mère y a participé au cours des six mois écoulés. Dans l'affirmative, demandez si l'événement était parrainé ou organisé par une société qui fabrique des produits pour l'alimentation des enfants âgés de moins de trois ans. Si tel est le cas, enregistrez le nom de la société.

Q37-41. Demandez si, au cours des six mois écoulés, la mère a reçu des échantillons gratuits de produits lactés pour nourrissons âgés de moins de trois ans ou des biberons. Si tel n'est pas le cas, passez à la question 42. Le tableau qui suit est organisé selon les échantillons reçus. Pour chaque échantillon gratuit reçu, enregistrez le type, le nom de la société et la marque. Notez qui a donné l'échantillon et où il a été reçu.

Une fois la première colonne remplie, demandez à la mère si elle a reçu d'autres échantillons gratuits. Dans l'affirmative, remplissez la deuxième colonne comme ci-dessus. Procédez de même pour les troisième et quatrième colonnes jusqu'à ce que la mère dise qu'elle n'a pas reçu d'autres échantillons gratuits.

Q42-46. Demandez si la mère a reçu des bons de réduction pour des produits lactés pour nourrissons ou des biberons et des tétines pour enfants âgés de moins de trois ans au cours des six mois écoulés. Si tel n'est pas le cas, passez à la question 47. Le tableau qui suit est organisé selon les bons de réduction reçus. Pour chaque bon reçu, enregistrez le type du produit correspondant au bon de réduction, le nom de la société et la marque. Notez qui a donné le bon de réduction et où il a été reçu.

Une fois la première colonne remplie, demandez si la mère a reçu d'autres bons de réduction. Dans l'affirmative, remplissez la deuxième colonne comme ci-dessus. Procédez de même pour les troisième et quatrième colonnes jusqu'à ce que la mère dise qu'elle n'a pas reçu d'autre bon de réduction.

Q47-51. Demandez si la mère a reçu des cadeaux autres que ceux d'amis ou de membres de la famille au cours des six mois écoulés. Enregistrez la réponse à la question 47. Enregistrez seulement les cadeaux qui sont associés aux sociétés qui fabriquent des aliments et boissons pour nourrissons âgés de moins de 36 mois ou des biberons et des tétines. Exemples de cadeaux : jouets, sacs, t-shirts, bavoirs, couches, calendriers, carnets ou diagrammes de croissance. Si tel n'est pas le cas, passez à la question 52.

Le tableau qui suit est organisé selon les cadeaux reçus. À la question 48, précisez de quel cadeau il s'agit. Aux questions 49 et 50, notez qui a donné le cadeau et où il a été reçu. Enregistrez le nom de la société et de la marque auxquelles le cadeau était associé à la question 51.

Une fois la première colonne remplie, demandez à la mère si elle a reçu d'autres cadeaux. Dans l'affirmative, remplissez la deuxième colonne comme ci-dessus. Procédez de même pour les troisième et quatrième colonnes jusqu'à ce que la mère dise qu'elle n'a pas reçu d'autres cadeaux.

- Q52. Demandez à la mère si elle a d'autres observations à formuler sur l'un des thèmes examinés au cours de l'entretien.

Remerciez toujours la mère pour sa participation et le temps précieux qu'elle a accordé à l'étude.

Instruction A.2. Entretiens avec le personnel des établissements de santé – pour les centres de santé et les maternités (Voir le formulaire 2, Évaluation des professionnels de la santé)

Choisissez trois membres du personnel à interroger. Le premier sera le directeur du centre ou, dans les grands établissements, le directeur du service de pédiatrie. Le deuxième sera un médecin, autre que le directeur. Le troisième sera un membre du personnel infirmier ou une sage-femme. Les entretiens se tiendront en privé, chacun séparément, afin que la personne interrogée ne soit pas influencée par les réponses données par les autres membres du personnel. Les entretiens se dérouleront au moment qui convient le mieux à chaque personne. Pour les centres de santé, cela pourra être après les entretiens avec les mères, lorsque le flux des patients diminue, ou tôt le matin, avant l'arrivée des patients.

Remplissez d'abord la page de couverture. Chaque questionnaire portera un identifiant unique, préalablement apposé sur le questionnaire ou figurant sur une étiquette pré-imprimée, qui sera collée sur le questionnaire. Notez le type d'établissement où se déroule l'entretien. Si l'établissement de santé comporte des services distincts, notez le service particulier où se présentent les mères (soins pédiatriques, par exemple). Enregistrez le nom de l'établissement. Le même nom sera utilisé pour tous les entretiens qui ont lieu dans le même établissement. Enregistrez le nom et le numéro de code de l'enquêteur et la date de l'entretien. (Cette page pourra être renseignée si possible avant l'entretien.)

- Q1-3. Enregistrez la fonction de la personne interrogée, ses titres et ses diplômes et le nombre d'années au service de l'établissement.

- Q4-7. Demandez si l'établissement ou un membre du personnel a été contacté par une société qui vend des aliments pour nourrissons, des biberons ou des tétines. Le tableau qui suit est organisé selon les sociétés ayant établi un contact. Enregistrez le nom de la société à la question 4. Demandez comment le contact a été établi et enregistrez toutes les réponses appropriées à la question 5. Demandez quelles étaient les raisons de la prise de contact et enregistrez les mentions appropriées à la question 6. Notez que les raisons possibles sont groupées, ce qui ne signifie pas que la personne doit être interrogée sur chaque groupe séparément. Demandez enfin combien de fois la société a établi un contact au cours des six mois écoulés (Q7).

Une fois la première colonne remplie, demandez si une autre société a contacté l'établissement ou un membre du personnel de l'établissement. Dans l'affirmative, remplissez la deuxième colonne comme ci-dessus. Procédez de même pour les troisième et quatrième colonnes jusqu'à ce que les personnes interrogées disent qu'aucune autre société n'a contacté l'établissement.

- Q8-9. Demandez à la personne interrogée si elle a assisté à des conférences professionnelles ou des réunions scientifiques au cours des deux années écoulées et, dans l'affirmative, si l'une ou l'autre de ces conférences/réunions était parrainée par les fabricants de laits pour nourrissons ou d'autres aliments pour nourrissons. Enregistrez le nom de la société qui a parrainé les conférences/réunions.

- Q10-11. Demandez à la personne interrogée si elle connaît le *Code international de commercialisation des substituts du lait maternel* ou les autres mesures nationales en vigueur dans le pays. Enregistrez les réponses.

- Q12-14. Demandez à la personne interrogée si elle a reçu une formation relative à l'alimentation du nourrisson et du jeune enfant, au Code et aux autres lois et réglementations en vigueur dans le pays. Enregistrez les réponses. Si une formation a été reçue, demandez à quand remonte la formation la plus récente.
- Q15. Demandez à la personne interrogée si elle souhaite faire d'autres observations sur l'un des thèmes examinés pendant l'entretien.

Remerciez toujours la personne interrogée pour sa participation et le temps précieux qu'elle a accordé à l'étude.

Instruction A.3. Observation des établissements de santé – Pour les centres de santé et les maternités (Voir le formulaire 3, Promotions dans les établissements de santé)

Le jour des entretiens, en attendant que les personnes à interroger soient prêtes pour les entretiens ou une fois tous les entretiens terminés, procédez à une observation détaillée de plusieurs zones de l'établissement de santé, notamment les salles d'attente, les salles d'examen, la zone où les enfants sont pesés, la pièce où des conseils sont prodigués aux mères et les bureaux. Repérez tous les matériels pouvant être considérés comme étant à but de promotion. Trouvez les matériels mentionnés au cours des entretiens avec les mères dans la section sur l'établissement de santé. Certains matériels promotionnels comme les vêtements, les horloges ou les stylos pourront comporter un logo de petite dimension qui nécessitera que vous prêtiez attention aux détails. Les échantillons gratuits de laits pour nourrissons, biberons et tétines ou les bons de réduction pour ces produits sont considérés comme des articles promotionnels. Tout ce qui comporte le logo d'une société qui produit des aliments pour nourrissons et jeunes enfants devra être considéré comme ayant un but de promotion. Incluez les affiches et les brochures présentant des informations relatives à l'alimentation ou comportant le logo des sociétés. Incluez également tous les matériels à but d'éducation sur l'alimentation du nourrisson et du jeune enfant.

Dans les maternités, il est important de demander précisément si les mères qui ont accouché reçoivent un colis lors de leur départ. L'enquêteur demandera à voir ce colis et notera tous les articles promotionnels qu'il contient.

Pour chaque article trouvé, notez le type de matériel et prenez-en une photo ou emportez un exemplaire. Enregistrez le numéro de la photo dans le questionnaire. Quand plusieurs photos sont prises d'un même article, enregistrez le premier et le dernier numéros des clichés numériques. Si le matériel est distribué gratuitement aux mères, demandez la permission d'en emporter un exemplaire. Appelez deux étiquettes identiques sur le matériel et sur le questionnaire aux fins de l'identification du matériel. Photographiez également la page de couverture. Si la permission d'emporter un exemplaire est refusée, photographiez toutes les pages.

Clôture

Une fois terminée la collecte des données, remerciez le personnel de l'établissement, en particulier le directeur, d'avoir pris le temps et accepté de participer à l'étude.

B OBSERVATION DES COMMERCES DE DÉTAIL ET DES PHARMACIES

Instruction B.1. Dresser la liste des produits pertinents trouvés dans les commerces de détail et les pharmacies (Voir le formulaire 5, Liste des produits pertinents trouvés au point de vente)

Choisir un grand magasin qui vend probablement un large éventail des produits visés par le Code et la législation nationale et rendez-vous sur place. Dans ce magasin, trouvez tous les produits lactés dont l'âge d'introduction indiqué est avant 36 mois, et tous les autres aliments et boissons dont l'âge d'introduction indiqué est avant six mois. Achetez un exemplaire de chacun de ces produits vendus dans le magasin. Pour les produits vendus dans des conditionnements de tailles différentes, il est conseillé de choisir une taille intermédiaire ou la taille la plus couramment achetée. Les petits conditionnements (emballages pour une seule utilisation, par exemple) auront moins de chances de comporter toutes les informations que les conditionnements plus grands, tandis que ceux de très grande dimension risquent d'être d'un coût prohibitif. Emportez les produits au bureau et dressez la liste de ces produits dans le formulaire 5.

Rendez-vous dans un deuxième grand magasin appartenant à une chaîne différente, avec la liste des produits déjà achetés. Cochez tous les produits trouvés dans le deuxième magasin qui figurent sur cette liste et achetez les éventuels produits qui n'étaient pas en vente dans le premier magasin. Les produits seront considérés comme distincts s'ils diffèrent au moins sous l'un des aspects suivants : nom de la société, marque, sous-marque, nom descriptif du produit, âge d'introduction, disponibilité en poudre ou sous une forme prête à l'emploi et taille des portions. Comme précédemment, emportez les produits au bureau et ajoutez à la liste tous les produits supplémentaires.

Procédez de même pour trois autres grands magasins.

Les commerces de détail en ligne devront être inclus dans ce processus car ils peuvent proposer des produits qui ne sont pas en vente dans les magasins ordinaires, mais il faudra vérifier que ces produits sont réellement disponibles dans le pays.

Environ cinq grands commerces de détail en ligne vendant les produits qui entrent dans le champ d'application du protocole devront être choisis. On les trouvera en faisant une recherche sur Internet basée sur les mots clés liés à l'alimentation du nourrisson et du jeune enfant.

Instruction B.2. Choisir 33 petits magasins et pharmacies

En partant de chacun des 33 établissements de santé choisis pour l'évaluation des centres de santé, localisez en sortant la pharmacie ou le magasin le plus proche qui vend les produits visés :

- 1) Demandez à une passante adulte où se trouve l'épicerie de voisinage ou la pharmacie la plus proche qui vend les produits pertinents. À défaut de passantes, interrogez un homme. Assurez-vous que les termes que vous employez pour vous adresser à ces personnes décrivent clairement les produits pertinents et sont adaptés au contexte local.
- 2) Si vous ne trouvez personne à qui vous adresser, lancez un stylo/crayon en l'air et, lorsqu'il est retombé, dirigez-vous dans la direction indiquée par la pointe du stylo/crayon. Si la direction indiquée ne mène nulle part, essayez à nouveau jusqu'à ce que l'objet pointe vers une voie possible. Marchez jusqu'à ce que vous rencontriez quelqu'un à qui demander votre chemin, ou jusqu'à ce que vous trouviez la pharmacie ou le petit magasin cherché.
- 3) Si vous trouvez la pharmacie ou le petit magasin mais que les produits pertinents ne s'y trouvent pas, après une vérification minutieuse, sortez et localisez la pharmacie ou le petit magasin le plus proche en interrogeant un/e passant(e) ou un commerçant (comme décrit précédemment) et, à défaut, utilisez le stylo/crayon pour déterminer le chemin à suivre (comme décrit précédemment).

Instruction B.3. Observation des promotions dans les commerces de détail et les pharmacies
(Voir le formulaire 6, Promotions dans les commerces de détail et les pharmacies)

La collecte de données aura lieu dans chacun des 33 points de vente précités et dans les 10 grands magasins choisis à dessein pour le projet. En entrant dans le magasin, parlez au responsable pour lui expliquer l'objet de l'étude et l'informer que vous allez prendre des photos des matériels liés aux aliments pour enfants. Les renseignements recueillis resteront anonymes et ils ne seront associés à l'établissement dans aucune publication.

Si le propriétaire/responsable du magasin ne vous autorise pas à faire le tour du magasin ou demande aux personnels de terrain de quitter les lieux avant qu'ils aient fini de recueillir les données, sortez et trouvez un autre magasin. S'il s'agissait d'un petit magasin ou d'une pharmacie, vous choisirez la pharmacie ou le petit magasin le plus proche. S'il s'agissait d'un grand magasin, les directeurs de l'étude choisiront un autre grand magasin. Remplissez la première page du formulaire 6 pour tous les magasins, y compris ceux qui refusent de participer, en notant que l'autorisation n'a pas été accordée. Cette information servira à enregistrer le nombre des magasins qu'il a fallu « remplacer ».

Dans les magasins choisis, examinez toutes les parties de l'établissement où pourrait se trouver une promotion des produits pertinents (section des aliments pour enfants, section des laits, section des fournitures pour nourrissons, devanture, bons de réduction et prospectus). Découvrez toutes les promotions des produits pertinents. Celles-ci peuvent inclure des prix réduits ou des offres spéciales, des étalages, des matériels à but d'information, des cadeaux, des échantillons ou la présence d'un représentant de commerce d'une société. Pour chaque promotion repérée, remplissez une colonne du formulaire de collecte des données (formulaire 6).

Enregistrez le type de promotion et le type de produit promotionné. Enregistrez le nom de la société et la marque du produit promotionné. Si plusieurs produits sont commercialisés ensemble (toutes les préparations pour nourrissons ou une série des produits d'une même société), inscrivez le mot « plusieurs ». Photographiez chaque promotion rencontrée. Pour chacune, enregistrez le numéro de la photo dans le questionnaire. Lorsqu'il y a plusieurs photos d'un type de promotion, notez le premier numéro après « de » et le dernier après « à ».

Emportez un exemplaire de chaque brochure, dépliant, matériel informationnel publié sous une marque. Placez deux étiquettes identiques sur le matériel et sur le questionnaire pour identifier le matériel. Prenez par ailleurs une photo de la page de couverture. Faute de pouvoir emporter un exemplaire du matériel, photographiez toutes les pages.

Définition des dénominations

Préparation pour nourrissons. Toute préparation étiquetée comme étant destinée à l'alimentation des nourrissons âgés de moins de 6 mois. L'âge indiqué peut être de 0 à 6 mois ou de 0 à 12 mois. On peut aussi trouver la mention « 1^{er} âge ».

Les préparations de suite (ou laits de suite). Tout produit lacté étiqueté comme étant destiné à l'alimentation des nourrissons âgés de moins de 12 mois, à l'exclusion des nourrissons âgés de moins de 6 mois. L'âge indiqué peut être de 6 à 12 mois ou de 6 mois ou plus. On peut aussi trouver la mention « 2^{ème} âge ».

Lait de croissance (ou lait pour enfants en bas âge). Tout produit lacté destiné à l'alimentation des enfants âgés de moins de 36 mois, soit les produits étiquetés comme étant destinés à l'alimentation des enfants âgés de moins de 36 mois et de plus de 12 mois. L'âge indiqué peut être de 12 à 36 mois ou de 1 à 5 ans. On peut trouver la mention « 3^{ème} âge ».

Assortiment de produits. Les produits alimentaires pour nourrissons sont souvent promotionnés collectivement sans référence à une classe d'âge particulière. Aux fins de la présente étude, le terme « assortiment » désigne tout groupe d'aliments incluant des préparations pour nourrissons. La personne interrogée ne sera pas toujours capable de nommer chacun des produits particuliers inclus dans l'assortiment. La promotion d'un produit faisant partie de l'assortiment est une promotion indirecte des autres produits, en raison de leur similitude de nom, de couleur, d'image, etc. Ce type de commercialisation est connu sous le nom de promotion croisée.

Autres laits. Tout produit lacté qui n'est pas explicitement étiqueté comme étant destiné à l'alimentation des enfants âgés de moins de 36 mois mais qui peut être consommé par les jeunes enfants. Si une personne interrogée n'est pas en mesure de dire si un produit appartient aux catégories précitées, la présente catégorie pourra être utilisée.

Aliments de complément de fabrication industrielle. Tout aliment ou boisson autre que du lait pour nourrissons qui est étiqueté comme étant destiné à l'alimentation des enfants âgés de moins de 24 mois.

Autres aliments de fabrication industrielle. Tout aliment ou boisson transformé qui n'est pas étiqueté comme étant destiné à l'alimentation des enfants âgés de moins de 24 mois.

Aliments naturels. Tout aliment produit à la maison ou vendu sans traitement industriel.

ANNEXE 4 FORMULAIRE EXCEL POUR LA SAISIE DES DONNÉES ISSUES DU QUESTIONNAIRE POUR LES MÈRES

Un formulaire Excel pour la saisie des données issues du questionnaire pour les mères (formulaire 1) peut être téléchargé depuis l'outil (voir l'annexe 4 à l'adresse <http://www.who.int/nutrition/publications/infantfeeding/netcode-toolkit-periodic-assessment/en/>). Comme le montre la capture d'écran ci-dessous, ce fichier donne des instructions relatives à l'utilisation de plateformes populaires pour recueillir des données sur des appareils mobiles et fournit les informations brutes nécessaires pour créer un module de saisie des données provenant du Questionnaire pour les mères (formulaire 1).

FORMULAIRE 1 DU PROTOCOLE D'ÉVALUATION PÉRIODIQUE, QUESTIONNAIRE POUR LES MÈRES

Plusieurs plateformes populaires de collecte de données (KoBo ToolBox, ODK, ONA, par exemple) prennent en charge XLSForms. KoBo Toolbox (www.kobotoolbox.org) est l'une des plateformes utilisées pour convertir les formulaires XLSForms pour la collecte de données sur appareils mobiles comme les téléphones portables ou les tablettes.

Il existe deux manières de recueillir les données sur des appareils mobiles au moyen de la plateforme KoBo. La première consiste à utiliser l'application Android KoBoCollect sur un appareil mobile Android après la saisie de l'URL du formulaire de collecte de données produit par KoBo Toolbox. La deuxième, avec un smartphone ou une tablette, consiste à recueillir les données sur une page Web au moyen d'un navigateur utilisant un lien vers un formulaire produit par KoBo Toolbox. Les deux méthodes de collecte de données fonctionnent hors ligne et les données peuvent être téléchargées ultérieurement lorsqu'une connexion Internet est disponible.

La feuille de calcul fournit les informations brutes permettant de créer un module de saisie de données pour le Questionnaire pour les mères (formulaire 1). Plusieurs programmes de saisie de données prennent en charge un fichier .XLS de ce type pour créer des formulaires. Les présentes instructions sont conçues pour KoboToolBox.

Allez à l'adresse www.kobotoolbox.org. Si vous n'avez pas encore un compte KoboToolBox, ouvrez-en un. Aux fins du suivi du Code, vous pouvez ouvrir un compte en qualité d'organisation humanitaire. Vous pouvez vous connecter ou créer un compte à la page Get Started (Démarrer).

Une fois connecté à KoboToolBox, choisissez **Add Form** (Ajouter un formulaire). Choisissez ensuite **Import Form** (Importer un formulaire) et parcourez les options jusqu'au présent fichier .XLS. Si des changements doivent être apportés au formulaire, il sera généralement plus aisé de le faire à l'intérieur du module. Une fois les modifications apportées, vous pouvez vérifier que le formulaire fonctionne comme prévu en cliquant sur **Preview Form** (Aperçu préalable du formulaire). Les changements peuvent aussi être effectués directement sur ce fichier .XLS avant l'importation, mais cette opération est réservée aux programmeurs expérimentés, une erreur risquant de rendre le formulaire inutilisable ou de produire des résultats imprévisibles. Une fois les changements apportés, choisissez Save (Sauvegarde) et Exit (Sortie).

Pour créer un projet de saisie de données, allez à la page Form Drafts (Projets de formulaires), choisissez **Deploy Form as New Survey Project** (Mettre en place en tant que nouveau projet d'enquête). À la rubrique **Share Project with Other Users** (Partager avec d'autres utilisateurs), choisissez **Turn On** (Démarrer). Ainsi apparaîtra une adresse de site Web (URL) qui pourra être communiquée aux utilisateurs potentiels qui pourront enregistrer des violations dans le formulaire. L'URL pourra être ajouté à un site Web consacré à la notification des violations.

Une fois les violations enregistrées, vous pourrez voir les notifications en allant à la page **Projects** (Projets) dans le menu supérieur. Cliquez sur le nom du projet pour voir la date qui a été saisie. Vous pouvez visionner les données dans un tableau, télécharger les données, créer des tableaux ou visionner les photos qui ont été téléchargées.

ANNEXE 5 VENTILATION DES INDICATEURS PROPOSÉE POUR L'ANALYSE – MÈRES ET ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ

Indicateur	Ventilation proposée pour l'analyse
Mères	
<p>Prévalence (%) des mères ayant déclaré qu'au cours des six mois écoulés on leur avait conseillé de donner à leur enfant âgé de moins de 24 mois des produits lactés autres que le lait maternel.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Prévalence globale - Par type de produit lacté - Par type de personnel ayant donné ce conseil <ul style="list-style-type: none"> o Tous les types de personnel o Types de professionnels de la santé - Par société/marque - Par type d'établissement de soins de santé (public ou privé)
<p>Prévalence (%) des mères ayant déclaré qu'on leur avait conseillé de donner à leur enfant âgé de moins de six mois d'autres aliments ou boissons.</p>	<p>*Associez les questions distinctes posées aux mères ayant des enfants âgés de moins de six mois et les questions posées aux mères ayant des enfants âgés de plus de six mois</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prévalence globale - Par type de produit lacté - Par type de personnel ayant donné ce conseil <ul style="list-style-type: none"> o Tous les types de personnel o Types de professionnels de la santé - Par société/marque - Par type d'établissement de soins de santé (public ou privé)
<p>Prévalence (%) des mères ayant déclaré qu'au cours des six mois écoulés elles avaient entendu ou vu dans l'établissement de santé des promotions liées à des produits lactés ou des biberons et des tétines destinés à l'alimentation des enfants âgés de moins de 36 mois ou aux sociétés qui vendent ces produits.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Prévalence globale - Par type de promotion/message - Par type de produit - Par société/marque - Par type d'établissement de soins de santé (public ou privé)
<p>Prévalence (%) des mères ayant déclaré qu'elles avaient entendu ou vu une promotion pour un lait ou des biberons et tétines destinés à l'alimentation des enfants âgés de moins de 36 mois dans l'hôpital où elles ont accouché.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Prévalence globale - Par type de promotion/message - Par type de produit - Par société/marque - Par type d'établissement de soins de santé (public ou privé)

Indicateur	Ventilation proposée pour l'analyse
Mères	
Prévalence (%) des mères ayant déclaré qu'au cours des six mois écoulés elles avaient entendu ou vu, ailleurs que dans l'établissement de santé, une promotion ou un message lié à des produits lactés ou des biberons et des tétines destinés à l'alimentation des enfants âgés de moins de 36 mois ou aux sociétés qui vendent ces produits.	<ul style="list-style-type: none"> - Prévalence globale - Par source de la promotion/du message - Par type de produit - Par société/marque - Par type d'établissement de soins de santé (public ou privé)
Prévalence (%) des mères ayant déclaré qu'au cours des six mois écoulés elles avaient été membres de groupes sociaux en ligne pour les mères et autres aidants comme des crèches ou des associations de parents organisés ou parrainés par une société qui vend des aliments ou des boissons destinés aux enfants âgés de moins de 36 mois.	<ul style="list-style-type: none"> - Prévalence globale - Par société/marque
Prévalence (%) des mères ayant déclaré qu'au cours des six mois écoulés elles avaient participé à des événements ou activités en ligne pour les mères et autres aidants comme des concours de photos et des ventes promotionnelles sur des plateformes de commerce en ligne organisés ou parrainés par une société qui vend des aliments ou des boissons destinés aux enfants âgés de moins de 36 mois.	<ul style="list-style-type: none"> - Prévalence globale - Par société/marque
Prévalence (%) des mères ayant déclaré qu'au cours des six mois écoulés elles avaient été membres de groupes sociaux présentiels pour les mères et autres aidants comme des crèches ou des associations de parents organisés ou parrainés par une société qui vend des aliments ou des boissons destinés aux enfants âgés de moins de 36 mois.	<ul style="list-style-type: none"> - Prévalence globale - Par société/marque
Prévalence (%) des mères ayant déclaré qu'au cours des six mois écoulés elles avaient participé à des événements ou des activités pour les mères et autres aidants comme des kermesses/festivals ou des classes communautaires organisés ou parrainés par une société qui vend des aliments ou des boissons destinés aux enfants de moins de 36 mois.	<ul style="list-style-type: none"> - Prévalence globale - Par société/marque

Indicateur	Ventilation proposée pour l'analyse
Mères	
<p>Prévalence (%) des mères ayant déclaré qu'au cours des six mois écoulés elles avaient reçu au moins un échantillon de produits lactés pour nourrissons âgés de moins de 36 mois.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Prévalence globale - Par type de produit - Par type de personnel ayant donné l'échantillon <ul style="list-style-type: none"> o Tous les types de personnel o Types de professionnels de la santé - Par lieu où l'échantillon a été reçu - Par société/marque
<p>Prévalence (%) des mères ayant déclaré qu'au cours des six mois écoulés elles avaient reçu au moins un bon de réduction pour des produits lactés ou des biberons et tétines destinés à l'alimentation des enfants âgés de moins de 36 mois.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Prévalence globale - Par type de produit - Par type de personnel ayant donné le bon de réduction <ul style="list-style-type: none"> o Tous les types de personnel o Types de professionnels de la santé - Par lieu où le bon de réduction a été reçu - Par société/marque
<p>Prévalence (%) des mères/aidants ayant déclaré qu'au cours des six mois écoulés ils avaient reçu des cadeaux de personnes autres que des membres de la famille ou des amis de nature à promouvoir l'utilisation d'un produit visé ou l'alimentation au biberon.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Prévalence globale - Par type de cadeau - Par type de personnel ayant donné le cadeau <ul style="list-style-type: none"> o Tous les types de personnel o Types de professionnels de la santé - Par société/marque
Établissements de santé – Contacts établis par les sociétés	
<p>Prévalence (%) des établissements de santé ayant déclaré qu'au cours des six mois écoulés l'établissement et/ou le personnel avait été contacté par du personnel de sociétés productrices d'aliments pour nourrissons.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Prévalence globale - Par moyen de contact - Par fréquence des contacts - Par société - Par type d'établissement de soins de santé (public ou privé ; centres de santé et maternités)

Indicateur	Ventilation proposée pour l'analyse
Établissements de santé – Contacts établis par les sociétés	
<p>Prévalence (%) des établissements de santé ayant déclaré qu'au cours des six mois écoulés des sociétés productrices d'aliments pour nourrissons les avaient contactés pour leur fournir des articles à distribuer aux mères et autres aidants.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Prévalence globale - Matériels pour la promotion de produits particuliers <ul style="list-style-type: none"> o Par société - Autres matériels à but d'information/d'éducation <ul style="list-style-type: none"> o Par société - Échantillons de substituts du lait maternel <ul style="list-style-type: none"> o Par société - Cadeaux <ul style="list-style-type: none"> o Par société - Bons de réduction <ul style="list-style-type: none"> o Par société
<p>Prévalence (%) des établissements de santé ayant déclaré qu'au cours des six mois écoulés des sociétés productrices d'aliments pour nourrissons les avaient contactés pour leur fournir des articles utilisables par les établissements de santé/les personnels de santé.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Prévalence globale - Matériels pour la promotion de produits particuliers <ul style="list-style-type: none"> o Par société - Autres matériels à but d'information/d'éducation <ul style="list-style-type: none"> o Par société - Cadeaux <ul style="list-style-type: none"> o Par société
<p>Prévalence (%) des établissements de santé ayant déclaré qu'au cours des six mois écoulés des sociétés productrices d'aliments pour nourrissons les avaient contactés pour leur demander d'exposer des produits ou d'organiser d'autres activités promotionnelles dans les établissements.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Par société
<p>Prévalence (%) des établissements de santé ayant déclaré qu'au cours des six mois écoulés des sociétés productrices d'aliments pour nourrissons les avaient contactés pour tenter d'établir des contacts directs avec les mères et autres aidants.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Par société
<p>Prévalence (%) des établissements de santé ayant déclaré qu'au cours des six mois écoulés des sociétés productrices d'aliments pour nourrissons les avaient contactés pour tenter d'établir des contacts directs avec le personnel de l'établissement.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Par société

Indicateur	Ventilation proposée pour l'analyse
Prévalence (%) des établissements de santé ayant déclaré qu'au cours des six mois écoulés des sociétés productrices d'aliments pour nourrissons les avaient contactés pour proposer la fourniture gratuite de substituts du lait maternel.	- Par société
Prévalence (%) des établissements de santé ayant déclaré qu'au cours des six mois écoulés des sociétés productrices d'aliments pour nourrissons les avaient contactés pour proposer des dons de matériel.	- Par société
Prévalence (%) des établissements de santé ayant déclaré qu'au cours des six mois écoulés des sociétés productrices d'aliments pour nourrissons les avaient contactés pour proposer de parrainer des événements ou des ateliers pour l'établissement/le personnel.	- Par société
Prévalence (%) des établissements de santé ayant déclaré qu'au cours des six mois écoulés des sociétés productrices d'aliments pour nourrissons les avaient contactés pour proposer d'inviter et/ou d'aider le personnel à assister à des événements/ateliers en dehors de l'établissement de santé.	- Par société
Établissements de santé – matériels promotionnels	
Prévalence (%) des matériels promotionnels trouvés dans les établissements de santé ne remplissant pas chacun des critères applicables aux matériels (par critère)	<ul style="list-style-type: none"> - Par types de produits mentionnés - Par société - Par type d'établissement de soins de santé (public ou privé ; centre de santé ou maternité)
Prévalence (%) des matériels promotionnels trouvés dans les établissements de santé ne remplissant pas tous les critères applicables aux différents matériels.	<ul style="list-style-type: none"> - Par types de produits mentionnés - Par société

ANNEXE 6 VENTILATION DES INDICATEURS PROPOSÉE POUR L'ANALYSE – POINTS DE VENTE

Indicateur	Ventilation proposée pour l'analyse
Promotions	
Prévalence (%) des promotions associées aux produits visés dans les commerces de détail.	<ul style="list-style-type: none"> - Prévalence globale - Par type de promotions - Par type de produit - Par société/marque - Par type de commerces de détail
Prévalence (%) des matériels promotionnels trouvés dans les commerces de détail violant des critères applicables aux différents matériels.	<ul style="list-style-type: none"> - Pour chacun des critères applicables aux matériels concernés <p>ET</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prévalence globale - Par type de promotions - Par type de produit - Par société/marque - Par type de commerces de détail
Étiquettes	
Prévalence (%) des produits avec des étiquettes remplissant les critères applicables aux violations du Code et des mesures nationales pertinentes.	<ul style="list-style-type: none"> - Remplissant des critères applicables aux différents matériels - Pour chacun des critères applicables aux matériels concernés <p>ET</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prévalence globale - Par type de produit - Par société/marque

ANNEXE 7 TABLEAUX D'ANALYSE DES DONNÉES POUR LES PROMOTIONS À LA TÉLÉVISION

Tableau I Fréquence et durée des promotions (en minutes) par type de produit, société, moment de la journée, et chaîne

	Nombre de promotions par semaine	Nombre de minutes par semaine
Total		
Type de produit		
Préparation pour nourrissons (dès la naissance)		
Préparation de suite (6 mois ou plus)		
Lait de croissance (12 mois ou plus)		
Autre lait pour enfants âgés de 0 à 36 mois		
Autre aliment ou boisson pour nourrissons (de 0 à 6 mois)		
Aliment de complément ou boisson de fabrication industrielle (6 mois ou plus)		
Biberons ou tétines		
Produit non précisé		
Société		
Société 1		
Société 2		
Société 3		
Moment de la journée		
Matin (6 heures-midi)		
Après-midi (midi-18 heures)		
Soir (18 heures-minuit)		
Nuit (minuit-6 heures)		
Chaîne		
1		
2		
3		

Tableau II Type de promotions diffusées

Type de promotion	Nombre de promotions
Publicité	
Note d'information	
Entretien	
Bulletin d'information	
Opinion/analyse/débat	
Autres (préciser _____)	
Total	

Tableau III Nombre d'allégations faites, par type d'allégation et catégorie de produit

	Préparation pour nourrissons (dès la naissance)	Préparation de suite (6 mois ou plus)	Lait de croissance (12 mois ou plus)	Autre lait pour enfants de 0 à 36 mois	Autre aliment ou boisson pour nourrissons (de 0 à 6 mois)	Aliment de complément ou boisson de fabrication industrielle (6 mois ou plus)	Biberons ou tétines	Produit non précisé
Allégations faites								
Nouveau/amélioré								
Commode								
Sain								
Nutritif								
Protège contre les maladies								
Améliore la croissance de l'enfant								
Améliore l'intelligence de l'enfant								
Améliore le développement de l'enfant								
Contribue au développement du système immunitaire								
Autre(s) _____								
Autre(s) _____								

Tableau IV Pourcentage des annonces publicitaires pour des aliments de complément qui constituent une promotion croisée des substituts du lait maternel, par société

	% des annonces qui font la promotion croisée des substituts du lait maternel	nombre des annonces pour des aliments de complément
Total		
Société		
Société 1		
Société 2		
Société 3		

ANNEXE 8 TABLEAUX D'ANALYSE DES DONNÉES POUR LA PUBLICITÉ SUR INTERNET

Tableau I Nombre de promotions trouvées par média, type de produit, société, moment de la journée et plateforme

	Fabricant de produits alimentaires pour nourrissons	Magazines/ forums en ligne pour les mères	Commerces de détail en ligne	Total
Total				
Type de produit				
Préparation pour nourrissons (dès la naissance)				
Préparation de suite (6 mois ou plus)				
Lait de croissance (12 mois ou plus)				
Autre lait pour enfants de 0 à 36 mois				
Autre aliment ou boisson pour nourrissons (de 0 à 6 mois)				
Aliment de complément ou boisson de fabrication industrielle (6 mois ou plus)				
Biberons ou tétines				
Produit non précisé				
Société				
Société 1				
Société 2				
Société 3				
Type de plateforme				
Site Web				
Facebook				
Twitter				
YouTube				
Instagram				
Autre (préciser _____)				

Tableau II Type de promotions montrées

Type de promotion	Fabricant de produits alimentaires pour nourrissons	Magazines/ forums en ligne pour les mères	Commerces de détail en ligne	Total
Publicité				
Note d'information				
Entretien				
Bulletin d'information				
Opinion/analyse/débat				
Bouche à oreille électronique encourageant les mères à contacter d'autres mères au sujet d'une marque ou d'un produit particulier				
Loteries et promotions				
Adhésion à un club				
Incitations à acheter les produits				
Autre (préciser _____)				
Total				

Tableau III Nombre d'allégations faites, par type d'allégation et catégorie de produit

	Préparation pour nourrissons (dès la naissance)	Préparation de suite (6 mois ou plus)	Lait de croissance (12 mois ou plus)	Autre lait pour enfants de 0 à 36 mois	Autre aliment ou boisson pour nourrissons (de 0 à 6 mois)	Aliment de complément ou boisson de fabrication industrielle (6 mois ou plus)	Biberons ou tétines	Produit non précisé
Allégations faites								
Nouveau/amélioré								
Commode								

	Préparation pour nourrissons (dès la naissance)	Préparation de suite (6 mois ou plus)	Lait de croissance (12 mois ou plus)	Autre lait pour enfants de 0 à 36 mois	Autre aliment ou boisson pour nourrissons (de 0 à 6 mois)	Aliment de complément ou boisson de fabrication industrielle (6 mois ou plus)	Biberons ou tétines	Produit non précisé
Sain								
Nutritif								
Protège contre les maladies								
Améliore la croissance de l'enfant								
Améliore l'intelligence de l'enfant								
Améliore le développement de l'enfant								
Contribue au développement du système immunitaire								
Autre(s)_____								
Autre(s)_____								

Tableau IV Pourcentage des annonces publicitaires pour des aliments de complément qui constituent une promotion croisée des substituts du lait maternel, par société

	Fabricant de produits alimentaires pour nourrissons	Magazines/forums en ligne pour les mères	Commerces de détail en ligne	Total
Total				
Société				
Société 1				
Société 2				
Société 3				

ANNEXE 9 MODÈLE DE RAPPORT D'ÉVALUATION COMPLET

1. Résumé

2. Généralités

3. Introduction

4. Objectifs

5. Méthodologie

6. Conclusions

- Entretiens avec les mères d'enfants âgés de moins de 24 mois
- Entretiens avec les personnels de santé
- Environnement de l'établissement de santé
- Environnement du commerce de détail
- Étiquettes des produits
- Matériels promotionnels et à but d'information ou d'éducation
- Examen des médias
- Autre(s)

7. Analyse des résultats

- Situation eu égard aux recommandations du Code
- Situation eu égard aux termes des mesures nationales

8. Conclusions

9. Recommandations relatives au programme et à la politique à mettre en œuvre

10. Considérations éthiques

11. Financement

12. Références bibliographiques

13. Annexes

- Outils
- Base de sondage
- Autre(s)

ANNEXE 10 MODÈLE DE RAPPORT D'ÉVALUATION RÉSUMÉ

1. *Données générales (1/2 page(s))*
 - a. Appeler l'attention sur la situation relative à la nutrition et à l'allaitement maternel dans le pays
2. *Introduction (1/2 page(s))*
 - a. Appeler l'attention sur l'objet et le domaine de compétence du Code, sur la manière dont la mesure nationale, le cas échéant, applique (intégralement/partiellement/de façon limitée) les recommandations du Code
 - b. Appeler l'attention sur l'importance de procéder à une évaluation nationale/infranationale des pratiques commerciales liées à certains produits et activités
3. *Objectifs (1/2 page(s))*
 - a. Présenter les principaux objectifs de l'évaluation
4. *Méthodes (1/2 page(s))*
 - a. Décrire la méthode utilisée
 - i. Entretiens
 - ii. Examen des publicités
 - iii. Examen des étiquettes
 - iv. Suivi extérieur des médias
5. *Conclusions (2 pages)*
 - a. Entretiens avec les mères d'enfants de moins de 24 mois
 - b. Entretiens avec les personnels de santé
 - c. Environnement de l'établissement de santé
 - d. Environnement du commerce de détail
 - e. Étiquettes des produits
 - f. Matériels promotionnels et à but d'information ou d'éducation
 - g. Examen des médias
6. *Conclusion et recommandations (1/2 page(s))*
 - a. Énumération des principales recommandations relatives au programme, à la politique des pouvoirs publics et aux investissements à adresser aux responsables de l'élaboration des politiques, aux décideurs, aux législateurs et aux faiseurs d'opinion.

ANNEXE 11 MODÈLE DE PRÉSENTATION POWERPOINT DES RÉSULTATS DE L'ÉVALUATION

Diapositive n°	Titre de la diapositive	Contenu de la diapositive
1	Titre	Évaluation nationale de la conformité avec le Code et les mesures nationales (le cas échéant) en/au (inscrire le nom du pays)
2	Données générales	Appeler l'attention sur la situation relative à la nutrition et à l'allaitement maternel dans le pays (1)
3	Données générales	Appeler l'attention sur la situation relative à la nutrition et à l'allaitement maternel dans le pays (2)
4	Introduction	Appeler l'attention sur l'objet et le domaine de compétence du Code, sur la manière dont la mesure nationale, le cas échéant, applique (intégralement/partiellement/de façon limitée) les recommandations du Code
5	Introduction	Appeler l'attention sur l'importance de procéder à une évaluation nationale/infranationale des pratiques commerciales liées à certains produits et activités
6	Objectifs	Présenter les principaux objectifs de l'évaluation
7	Méthodes	Décrire les méthodes utilisées <ul style="list-style-type: none"> i. Entretiens ii. Examen des publicités iii. Examen des étiquettes iv. Suivi extérieur des médias
8	Personnes interrogées et contextes cibles	Nombre de mères Nombre d'agents de santé Nombre de chaînes de télévision examinées Nombre de points de vente couverts
9	Résultats	Mères
10	Résultats	Personnels de santé
11	Résultats	Promotions présentes dans les centres de santé

Diapositive n°	Titre de la diapositive	Contenu de la diapositive
12	Résultats	Promotions présentes au point de vente
13	Résultats	Promotions présentes (à la télévision et sur Internet) selon le module relatif aux médias
14	Résultats	Étiquettes et messages disponibles sur le marché
15	Questions importantes	Appeler l'attention sur les problèmes mis en évidence, apparus dans les entretiens, l'analyse et l'examen des commerces de détail, le suivi des médias. Activités et actions qui enfreignent le Code et les mesures nationales
16	Questions importantes	Appeler l'attention sur les problèmes mis en évidence, apparus dans les entretiens, l'analyse et l'examen des commerces de détail, le suivi des médias. Activités et actions qui enfreignent le Code et les mesures nationales
17	Questions importantes	Appeler l'attention sur les problèmes mis en évidence, apparus dans les entretiens, l'analyse et l'examen des commerces de détail, le suivi des médias. Activités et actions qui enfreignent le Code et les mesures nationales
18	Conclusion	
19	Recommandations	Énumération des principales recommandations relatives au programme, à la politique des pouvoirs publics et aux investissements à adresser aux responsables de l'élaboration des politiques, aux décideurs, aux législateurs et aux faiseurs d'opinion
20	Recommandations	Énumération des principales recommandations relatives au programme, à la politique des pouvoirs publics et aux investissements à adresser aux responsables de l'élaboration des politiques, aux décideurs, aux législateurs et aux faiseurs d'opinion
21	QUESTIONS ET RÉPONSES	QUESTIONS ET RÉPONSES



Lev Dolgachov

FORMULAIRES

A photograph of a person's hands typing on a laptop keyboard, overlaid with a blue tint. The person is wearing a light-colored long-sleeved shirt. The background is blurred, showing what appears to be a desk and other people in an office setting.

FORMULAIRE 1. QUESTIONNAIRE POUR LES MÈRES

COLLEZ L'IDENTIFIANT ICI

Type d'établissement de santé

(remplacez par l'unité/la division administrative locale appropriée)

Centre de santé

Dispensaire

Hôpital

Autre

Public/Privé

Public

Privé

Pour les grands établissements, indiquez, le cas échéant, le service/le département

[adaptez comme ci-dessus]

Nom de l'établissement

Identifiant de l'établissement

Identifiant du responsable de la collecte des données

Date (jj/mm/aaaa)

NOTE à l'intention des personnes chargées de la collecte des données : **N'oubliez pas de lire le formulaire de consentement avant de commencer !**

1. Êtes-vous la mère d'un enfant/d'enfants de moins de 24 mois ? Oui
 Non **SI CE N'EST PAS LE CAS, INTERROMPEZ L'ENTRETIEN**

2. Combien d'enfants de moins de 24 mois avez-vous ? 1
 2
 3

3. Quelle est la date de naissance de vos enfants de moins de 24 mois ?

LE CADET : (jj/mm/aaaa)

LE DEUXIÈME : (jj/mm/aaaa)

L'AÎNÉ DES TROIS : (jj/mm/aaaa)

REPORTEZ-VOUS AUX INSTRUCTIONS ET DÉTERMINEZ AU SUJET DE QUEL ENFANT VOUS INTERROGerez LA MÈRE SI ELLE A PLUSIEURS ENFANTS DE MOINS DE 24 MOIS.

4. NOTEZ L'ENFANT QUI A ÉTÉ CHOISI LE CADET
 LE DEUXIÈME
 L'AÎNÉ DES TROIS

5. NOTEZ L'ÂGE DE L'ENFANT EN MOIS COMPLETS MOIS

SI L'ENFANT APPARTIENT À LA CLASSE D'ÂGE POUR LAQUELLE LE NOMBRE DE CINQ, NÉCESSAIRE POUR CONSTITUER UN ÉCHANTILLON, A ÉTÉ ATTEINT DANS CET ÉTABLISSEMENT, INTERROMPEZ L'ENTRETIEN.

6. Quel est le nom de votre (*) enfant ? (*) = **enfant choisi** (**NOTE** : S'il est délicat, dans certains contextes, de demander le nom de l'enfant, dites à la mère que le nom de son enfant ne sera pas enregistré, et qu'il sera seulement utilisé dans la conversation)
N'ENREGISTREZ PAS LE NOM, DEMANDEZ-LE SIMPLEMENT POUR L'UTILISER PENDANT L'ENTRETIEN

7. Où (NOM) est-il né ? À la maison
 Établissement de santé
 Autre(s)

8. Jusqu'à quel niveau avez-vous été scolarisée ? Non scolarisée
 Enseignement préprimaire
 Primaire (de un à six ans)
 Premier cycle de l'enseignement secondaire (de sept à neuf ans)
 Deuxième cycle de l'enseignement secondaire (de 10 à 12 ans)
 Enseignement postsecondaire (plus de 12 ans)
 Scolarité non conventionnelle

AVIS

9. Au cours des six mois écoulés, quelqu'un vous a-t-il dit de nourrir votre enfant avec des produits lactés autres que le lait maternel (NOM) ?
- Oui
 Non
 Ne sait pas

SI LA RÉPONSE EST NON OU NE SAIT PAS, PASSEZ À LA QUESTION 13 DANS L’AFFIRMATIVE, POURSUIVEZ AVEC LES QUESTIONS 10 À 12 POUR CHAQUE PRODUIT LACTÉ RECOMMANDÉ À LA MÈRE. AIDEZ-LA À RÉPONDRE EN LUI DEMANDANT « Un autre produit lacté vous a-t-il été recommandé ? » ET ENREGISTREZ LA RÉPONSE DANS LE TABLEAU CI-DESSOUS

		Produit 1	Produit 2	Produit 3	Produit 4
10. Quel type de produit lacté a été recommandé ?	Préparation pour nourrissons (dès la naissance)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Préparation de suite (6 mois ou plus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Lait de croissance (12 mois ou plus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Lait pour nourrissons (classe d'âge non précisée/inconnue)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Lait non destiné à l'alimentation des nourrissons	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Plusieurs catégories de produits lactés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Qui l'a recommandé ? (COCHEZ TOUTES LES OPTIONS APPROPRIÉES)	Médecin de famille/généraliste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Infirmier/ère	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Gynécologue	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Sage-femme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Pédiatre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Nutritionniste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Autres professionnels de la santé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Partenaire/parent(e)/ami(e)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Personnel du magasin/de la pharmacie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Représentant d'une société	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	A oublié	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Autre (préciser)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
		[]	[]	[]	[]
12. Quelle était la société d'origine/la marque particulière du produit ?	Société	[]	[]	[]	[]
	Marque	[]	[]	[]	[]

ENREGISTREZ LE NOM DE LA SOCIÉTÉ ET LA MARQUE. SI LA MÈRE A OUBLIÉ, INSCRIRE 99.

13. SI L'ENFANT EST ÂGÉ DE MOINS DE SIX MOIS : Quelqu'un vous a-t-il dit de commencer à donner d'autres aliments ou boissons à (NOM) ?

Oui

Non

Ne sait pas

SI L'ENFANT EST ÂGÉ DE SIX MOIS OU PLUS : Quelqu'un vous a-t-il dit de commencer à donner d'autres aliments ou boissons à (NOM) alors qu'il/elle était âgé(e) de moins de moins de six mois ?

SI LA RÉPONSE EST NON OU NE SAIT PAS, PASSEZ À LA QUESTION 17
DANS L'AFFIRMATIVE, POURSUIVEZ AVEC LES QUESTIONS 14 À 16 POUR CHAQUE PRODUIT LACTÉ RECOMMANDÉ À LA MÈRE. AIDEZ-LA À RÉPONDRE EN LUI DEMANDANT « Un autre produit lacté vous a-t-il été recommandé ? » ET ENREGISTREZ LA RÉPONSE DANS LE TABLEAU CI-DESSOUS

		Produit/ assortiment 1	Produit/ assortiment 2	Produit/ assortiment 3	Produit/ assortiment 4
14. Quel type de produit a été recommandé ?	Aliments de complément ou boissons	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Plusieurs catégories de produits	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Produit non précisé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. Qui l'a recommandé ? (COCHEZ TOUTES LES OPTIONS APPROPRIÉES)	Médecin de famille/généraliste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Infirmier/ère	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Gynécologue	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Sage-femme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Pédiatre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Nutritionniste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Autres professionnels de la santé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Partenaire/parent(e)/ami(e)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Personnel du magasin/de la pharmacie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Représentant d'une société	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	A oublié	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Autre (préciser)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
16. Quelle était la société d'origine/ la marque particulière du produit ?	Société	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	Marque	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

ENREGISTREZ LE NOM DE LA SOCIÉTÉ ET LA MARQUE. SI LA MÈRE A OUBLIÉ, INSCRIRE 99.

27. Au cours des six mois écoulés, avez-vous entendu ou vu une promotion ou un message sur (<i>SOURCE DE LA PROMOTION/DU MESSAGE</i>) provenant de sociétés qui vendent des produits lactés destinés aux enfants âgés de moins de trois ans ou des biberons et des tétines ?	COCHEZ SI LA RÉPONSE EST OUI	Promotion 1							Promotion 2												
		28. Quelle société ou marque particulière était promotionnée ? ENREGISTREZ LE NOM DE LA SOCIÉTÉ ET LA MARQUE. SI LA MÈRE A OUBLIÉ, INSCRIRE 99.	29. Quel type de produit était promotionné ?							30. AIDEZ LA MÈRE À RÉPONDRE EN DEMANDANT « <i>Avez-vous entendu ou vu un autre (TYPE DE PROMOTION/ MESSAGE) ?</i> » Quelle société ou marque particulière était promotionnée ? ENREGISTREZ LE NOM DE LA SOCIÉTÉ ET LA MARQUE. SI LA MÈRE A OUBLIÉ, INSCRIRE 99.							31. Quel type de produit était promotionné ?				
			Préparation pour nourrissons (dès la naissance)	Préparation de suite (6 mois ou plus)	Lait de croissance (12 mois ou plus)	Lait pour nourrissons (classe d'âge non précisée/inconnue)	Biberons et tétines	Plusieurs catégories de produits	Produit non précisé			Préparation pour nourrissons (dès la naissance)	Préparation de suite (6 mois ou plus)	Lait de croissance (12 mois ou plus)	Lait pour nourrissons (classe d'âge non précisée/inconnue)	Biberons et tétines	Plusieurs catégories de produits	Produit non précisé			
Internet (autres médias sociaux)	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			
Événement communautaire, conférence	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			
Autre 1 (PRÉCISEZ) _____	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			
Autre 2 (PRÉCISEZ) _____	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			
A oublié	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>			

GROUPES ET ÉVÉNEMENTS SOCIAUX			
	a.	b. Dans l'affirmative, étaient-ils parrainés ou organisés par une société qui vend des aliments ou des boissons destinés aux enfants âgés de moins de trois ans ou des biberons et des tétines ?	c. Si la réponse à la question b. est OUI, quelle société/marque ? ENREGISTREZ LE NOM
32. Au cours des six mois écoulés, avez-vous été membre de groupes sociaux en ligne pour les mères et autres aidants de nourrissons et de jeunes enfants, comme des crèches ou des associations de parents ?	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non <input type="radio"/> Ne sait pas	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non <input type="radio"/> Ne sait pas	
33. Au cours des six mois écoulés, avez-vous participé à des événements ou des activités en ligne organisés pour les mères et autres aidants de nourrissons et de jeunes enfants, comme des concours de photos et des ventes promotionnelles sur des plateformes de commerce en ligne ?	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non <input type="radio"/> Ne sait pas	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non <input type="radio"/> Ne sait pas	
34. Au cours des six mois écoulés, avez-vous été membre de groupes sociaux en présentiel pour les mères et autres aidants de nourrissons et de jeunes enfants, comme des crèches ou des associations de parents ?	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non <input type="radio"/> Ne sait pas	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non <input type="radio"/> Ne sait pas	
35. Au cours des six mois écoulés, avez-vous assisté à des cours sur la parentalité ou l'alimentation du nourrisson et du jeune enfant ?	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non <input type="radio"/> Ne sait pas	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non <input type="radio"/> Ne sait pas	
36. Au cours des six mois écoulés, avez-vous assisté à des événements ou des activités organisés pour les mères et autres aidants de nourrissons et de jeunes enfants, comme des kermesses/festivals pour nourrissons ?	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non <input type="radio"/> Ne sait pas	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non <input type="radio"/> Ne sait pas	

ÉCHANTILLONS GRATUITS

- 37.** Au cours des six mois écoulés, avez-vous reçu des échantillons gratuits de produits lactés pour enfants de moins de 3 ans ?
- Oui
 Non
 Ne sait pas

SI CE N'EST PAS LE CAS OU SI LA MÈRE NE SAIT PAS, PASSEZ À LA QUESTION 42 DANS L’AFFIRMATIVE, POURSUIVEZ ET POSEZ LES QUESTIONS 38 À 41 POUR CHAQUE ÉCHANTILLON QUE LA MÈRE A REÇU. AIDEZ-LA À RÉPONDRE EN DEMANDANT « Avez-vous reçu un autre échantillon ? » ET ENREGISTREZ LA RÉPONSE DANS LE TABLEAU CI-DESSOUS

		Échantillon 1	Échantillon 2	Échantillon 3	Échantillon 4
38. S’agissait-il d’un échantillon de ?	Préparation pour nourrissons (dès la naissance)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Préparation de suite (6 mois ou plus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Lait de croissance (12 mois ou plus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Lait pour nourrissons (classe d’âge non précisée/inconnue)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Plusieurs catégories de produits	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
39. Qui vous a donné l’échantillon ?	Médecin de famille/généraliste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Infirmier/ère	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Gynécologue	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Sage-femme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Pédiatre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Nutritionniste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Autres professionnels de la santé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Personnel du magasin/de la pharmacie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Représentant d’une société	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	A oublié	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Autre (précisez)					
40. Où avez-vous reçu l’échantillon ?	Dispensaire de soins de santé primaires	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Hôpital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Domicile	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Magasin/pharmacie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	A oublié	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Autre (précisez)				
41. Quelle était la société d’origine/la marque du produit ?	Société				
	Marque				

ENREGISTREZ LE NOM DE LA SOCIÉTÉ & LA MARQUE

BONS DE RÉDUCTION

- 42.** Au cours des six mois écoulés, avez-vous reçu un **bon de réduction** pour des produits lactés pour nourrissons ou des biberons et des tétines destinés à l'alimentation des enfants âgés de moins de trois ans ?
- Oui
 Non
 Ne sait pas

SI CE N'EST PAS LE CAS OU SI LA MÈRE NE SAIT PAS, PASSEZ À LA QUESTION 13 DANS L'AFFIRMATIVE, POURSUIVEZ ET POSEZ LES QUESTIONS 10 À 12 POUR CHAQUE PRODUIT LACTÉ RECOMMANDÉ À LA MÈRE. AIDEZ-LA À RÉPONDRE EN DEMANDANT « Un autre produit lacté vous a-t-il été recommandé ? » ET ENREGISTREZ LA RÉPONSE DANS LE TABLEAU CI-DESSOUS

		Bon de réduction 1	Bon de réduction 2	Bon de réduction 3	Bon de réduction 4
43. À quel produit s'appliquait le bon de réduction ?	Préparation pour nourrissons (dès la naissance)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Préparation de suite (6 mois ou plus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Lait de croissance (12 mois ou plus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Lait pour nourrissons (classe d'âge non précisée/inconnue)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Biberons et tétines	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Plusieurs catégories de produits	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
44. Qui vous a donné le bon de réduction ?	Médecin de famille/généraliste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Infirmier/ère	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Gynécologue	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Sage-femme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Pédiatre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Nutritionniste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Autres professionnels de la santé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Personnel du magasin/de la pharmacie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Représentant d'une société	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	A oublié	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Autre (précisez)					
45. Où avez-vous reçu le bon de réduction ?	Dispensaire de soins de santé primaires	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Hôpital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Domicile	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Magasin/pharmacie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	A oublié	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Autre (précisez)				
46. Quelle était la société d'origine/ la marque du produit ?	Société				
	Marque				

**ENREGISTREZ LE NOM DE LA SOCIÉTÉ & LA MARQUE
OBTENEZ UN ÉCHANTILLON OU PRENEZ DES PHOTOS SI POSSIBLE**

CADEAUX

- 47.** Au cours des six mois écoulés, avez-vous reçu un cadeau d'une personne autre qu'un membre de la famille ou un/une ami(e) ?
- Oui
 Non
 Ne sait pas

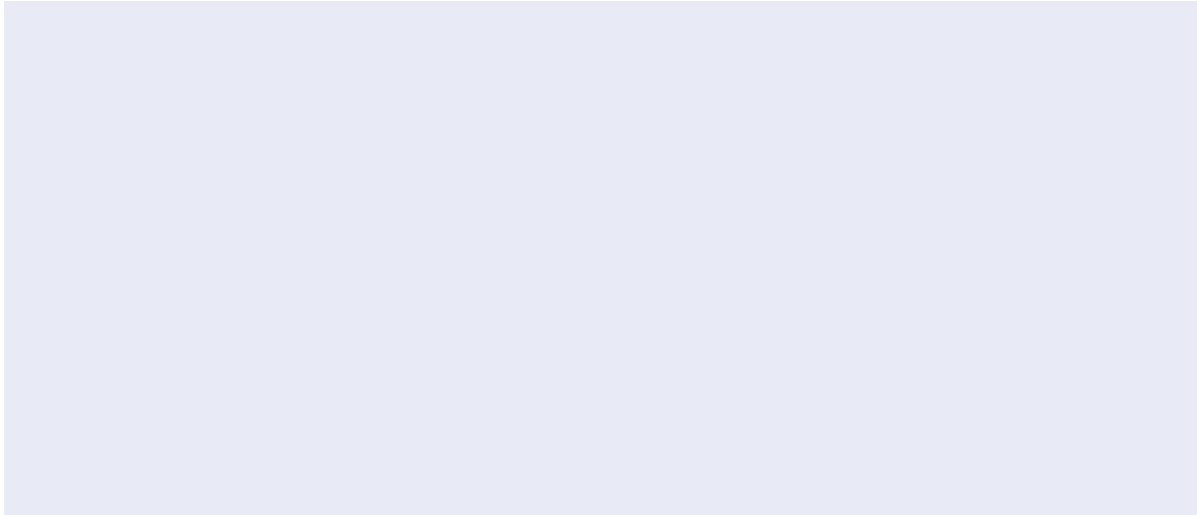
REMARQUE : Les cadeaux peuvent être notamment des articles gratuits comme les suivants : jouets, sacs, bavoirs, couches, calendriers, bloc-notes, diagrammes de croissance et autres.

SI CE N'EST PAS LE CAS OU SI LA MÈRE NE SAIT PAS, PASSEZ À LA QUESTION 52. DANS L’AFFIRMATIVE, POURSUIVEZ ET POSEZ LES QUESTIONS 48 À 51 POUR CHAQUE CADEAU QUE LA MÈRE A REÇU. AIDEZ-LA À RÉPONDRE EN DEMANDANT « Un autre cadeau ? » ET N’ENREGISTREZ LA RÉPONSE DANS LE TABLEAU CI-DESSOUS QUE SI LES CADEAUX SONT ASSOCIÉS À DES SOCIÉTÉS/MARQUES QUI VENDENT DES ALIMENTS ET DES BOISSONS DESTINÉS AUX ENFANTS ÂGÉS DE ZÉRO À 36 MOIS.

	Cadeau 1	Cadeau 2	Cadeau 3	Cadeau 4	
48. En quoi consistait le cadeau ? PRÉCISEZ LE CADEAU					
49. Qui vous a donné le cadeau ?	Médecin de famille/généraliste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Infirmier/ère	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Gynécologue	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Sage-femme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Pédiatre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Nutritionniste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Autres professionnels de la santé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Personnel du magasin/de la pharmacie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Représentant d'une société	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	A oublié	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Autre (précisez)					
50. Où avez-vous reçu le cadeau ?	Dispensaire de soins de santé primaires	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Hôpital	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Domicile	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Magasin/pharmacie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Événement communautaire	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	A oublié	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Autre (précisez)				
51. De quelle société d'origine/marque s'agissait-il ?	Société/Marque :				
	Produit :				
ENREGISTREZ LE NOM DE LA SOCIÉTÉ/ LA MARQUE & LE PRODUIT. OBTENEZ LE CADEAU OU PRENEZ DES PHOTOS SI POSSIBLE					

AUTRES OBSERVATIONS

52. Avez-vous d'autres observations à formuler ?



MERCI BEAUCOUP !

FORMULAIRE 2. ÉVALUATION DES PROFESSIONNELS DE LA SANTÉ

[Dactylographiez le nom du site de l'étude]

COLLEZ L'IDENTIFIANT ICI

Type d'établissement de santé

(remplacez par la division/le service administratif local approprié)

Centre de santé

Dispensaire

Hôpital

Autre (précisez)

Public/Privé

Public

Privé

Pour les grands établissements, indiquez, le cas échéant, le service/le département

[adaptez comme ci-dessus]

Nom de l'établissement

Identifiant de l'établissement

Identifiant de la personne chargée de recueillir les données

Date (jj/mm/aaaa)

Je vous remercie d'avoir accepté cet entretien. Le sujet qui m'intéresse est l'alimentation du nourrisson et du jeune enfant et, en particulier, les tentatives faites par les sociétés qui vendent des aliments pour nourrissons, des biberons et des tétines pour entrer en contact avec les établissements de santé. Je ne vous demanderai pas votre nom et ne répéterai aucune de vos paroles à quiconque. Les informations que vous fournirez resteront anonymes et seront analysées avec celles que fourniront vos collègues d'autres établissements de santé. Dans le rapport qui sera établi, il sera impossible de vous identifier et de reconnaître votre lieu de travail. Le temps que vous nous accordez et les renseignements que vous fournissez sont très précieux et ils contribueront à améliorer la santé de la mère et de l'enfant.

1. Quel poste occupez-vous dans ce centre de santé ?

- Directeur du centre
- Chef de département
- Médecin
- Infirmier/ère
- Sage-femme
- Autre (précisez)

2. Depuis combien d'années travaillez-vous dans cet établissement ?

3. Des membres du personnel de sociétés qui vendent des aliments pour nourrissons, des biberons ou des tétines vous ont-ils contacté, vous-même ou d'autres membres du personnel de votre établissement au cours de ces six derniers mois ?

- Oui
- Non
- Ne sait pas

**SI LA RÉPONSE EST NON
OU NE SAIT PAS, PASSEZ
À LA QUESTION 8. DANS
L’AFFIRMATIVE, POURSUIVEZ**

		Société 1	Société 2	Société 3	
4. Quelle société ?					
5. Comment (NOM DE LA SOCIÉTÉ) vous a-t-elle contacté, vous ou d'autres personnes ? (COCHEZ LES MENTIONS APPROPRIÉES)	Téléphone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	Courrier électronique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	Visite directe dans l'établissement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	Courrier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
	Autre (veuillez préciser)				
6. Pourquoi (NOM DE LA SOCIÉTÉ) vous a-t-elle contacté, vous ou d'autres personnes ? (COCHEZ LES MENTIONS APPROPRIÉES)	En vue d'une distribution aux mères et autres aidants	Matériels promotionnels pour certains produits	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Autres matériels à but d'information/ d'éducation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Échantillons de laits pour nourrissons/ d'autres produits destinés à l'alimentation du nourrisson	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Cadeaux	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Bons de réduction	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	En vue d'une utilisation par l'établissement de santé/le personnel	Matériels promotionnels pour certains produits	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Autres matériels à but d'information/ d'éducation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Cadeaux	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Afin d'établir un contact direct avec	Étalage et autres activités promotionnelles dans l'établissement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Les mères (et autres aidants)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Le personnel de l'établissement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Proposer	La fourniture gratuite de laits pour nourrissons/d'autres produits destinés à l'alimentation du nourrisson	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Des dons de matériel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Le parrainage de manifestations ou d'ateliers pour l'établissement de santé/le personnel	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Des invitations et/ou une aide pour permettre au personnel d'assister à des manifestations/ateliers en dehors de l'établissement de santé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Autre (veuillez préciser)					
	Ne sait pas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
7. Combien de fois avez-vous, vous-même ou d'autres personnes, été contacté(s) par cette société au cours des six mois écoulés ?					

-
8. Au cours de ces deux dernières années, avez-vous assisté à des conférences ou des réunions scientifiques pour les professionnels de la santé ?
- Oui
 Non
 Ne sait pas
-
9. Si la réponse à la question 8 est oui, l'une ou l'autre de ces conférences/réunions était-elle parrainée par des fabricants de laits pour nourrissons ou d'autres produits destinés à l'alimentation du nourrisson ? (Dans l'affirmative, quelle(s) société(s)) ?
- Oui (société)
 Non
 Ne sait pas
-
10. Connaissez-vous le Code international de commercialisation des substituts du lait maternel ?
- Oui
 Non
 Ne sait pas
-
11. Connaissez-vous les lois ou les réglementations nationales relatives à la commercialisation des substituts du lait maternel ?
- Oui
 Non
 Ne sait pas
-
12. Avez-vous reçu une formation relative à l'allaitement maternel et à l'alimentation du nourrisson et du jeune enfant ? (**DANS L’AFFIRMATIVE, indiquez l’année de la formation la plus récente**)
- Oui (année)
 Non
 Ne sait pas
-
13. Avez-vous reçu une formation relative au Code international de commercialisation des substituts du lait maternel ? (**DANS L’AFFIRMATIVE, indiquez l’année de la formation la plus récente**)
- Oui (année)
 Non
 Ne sait pas
-
14. Avez-vous reçu une formation relative aux lois et réglementations nationales sur la commercialisation des substituts du lait maternel ? (**DANS L’AFFIRMATIVE, indiquez l’année de la formation la plus récente**)
- Oui (année)
 Non
 Ne sait pas
-
15. Avez-vous d'autres observations à formuler au sujet des efforts déployés par les sociétés productrices d'aliments pour nourrissons et les fabricants de biberons et de tétines pour entrer en contact avec les établissements de santé et les personnels de santé ?
- Oui
 Non

DANS L’AFFIRMATIVE NOTEZ CES OBSERVATIONS

FORMULAIRE 3. LISTE DES MATÉRIELS PROMOTIONNELS OU À BUT D'INFORMATION OU D'ÉDUCATION DANS LES ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ

[Dactylographiez le nom du site de l'étude]

COLLEZ L'IDENTIFIANT ICI

Type d'établissement de santé

(remplacez par la division/le service administratif local approprié)

Centre de santé

Dispensaire

Hôpital

Autre (précisez)

Public/Privé

Public

Privé

Pour les grands établissements, indiquez, le cas échéant, le service/département

[adaptez comme ci-dessus]

Nom de l'établissement

Identifiant de l'établissement

Identifiant de la personne chargée de recueillir les données

Date (jj/mm/aaaa)

LISTE DE CONTRÔLE DES MATÉRIELS PROMOTIONNELS OU À BUT D'INFORMATION OU D'ÉDUCATION POUR L'OBSERVATION DES ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ

Contenu	Article 1	Article 2	Article 3	Article 4	Article 5	Article 6	Article 7	Article 8	Article 9
L'article fait-il partie d'un colis remis à la sortie ?	<input type="radio"/> Oui	<input type="radio"/> Oui	<input type="radio"/> Oui	<input type="radio"/> Oui	<input type="radio"/> Oui	<input type="radio"/> Oui	<input type="radio"/> Oui	<input type="radio"/> Oui	<input type="radio"/> Oui
	<input type="radio"/> Non	<input type="radio"/> Non	<input type="radio"/> Non	<input type="radio"/> Non	<input type="radio"/> Non	<input type="radio"/> Non	<input type="radio"/> Non	<input type="radio"/> Non	<input type="radio"/> Non
Société INSCRIRE « PLUSIEURS » SI LA PROMOTION CONCERNE PLUS D'UNE SOCIÉTÉ	<input type="radio"/> Oui	<input type="radio"/> Oui	<input type="radio"/> Oui	<input type="radio"/> Oui	<input type="radio"/> Oui	<input type="radio"/> Oui	<input type="radio"/> Oui	<input type="radio"/> Oui	<input type="radio"/> Oui
	<input type="radio"/> Non	<input type="radio"/> Non	<input type="radio"/> Non	<input type="radio"/> Non	<input type="radio"/> Non	<input type="radio"/> Non	<input type="radio"/> Non	<input type="radio"/> Non	<input type="radio"/> Non
Marque INSCRIRE « PLUSIEURS » SI LA PROMOTION CONCERNE PLUS D'UNE MARQUE									
Numéro des photos ENREGISTREZ LE PREMIER ET LE DERNIER NUMÉROS	De	De	De	De	De	De	De	De	De
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	À	À	À	À	À	À	À	À	À
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Étiquette d'identification SI UN EXEMPLAIRE A ÉTÉ OBTENU, DEUX ÉTIQUETTES IDENTIQUES SERONT PLACÉES L'UNE SUR L'EXEMPLAIRE ET L'AUTRE SUR LE PRÉSENT FORMULAIRE									
	[COLLEZ L'ÉTIQUETTE ICI]	[COLLEZ L'ÉTIQUETTE ICI]	[COLLEZ L'ÉTIQUETTE ICI]	[COLLEZ L'ÉTIQUETTE ICI]	[COLLEZ L'ÉTIQUETTE ICI]	[COLLEZ L'ÉTIQUETTE ICI]	[COLLEZ L'ÉTIQUETTE ICI]	[COLLEZ L'ÉTIQUETTE ICI]	[COLLEZ L'ÉTIQUETTE ICI]

FORMULAIRE 4. EXAMEN SUR DOSSIER DES MATÉRIELS PROMOTIONNELS OU À BUT D'INFORMATION OU D'ÉDUCATION RECUEILLIS DANS LES ÉTABLISSEMENTS DE SANTÉ OU DANS LES COMMERCES DE DÉTAIL

	Réponses
Matériel trouvé dans	<input type="radio"/> Établissement de santé <input type="radio"/> Commerce de détail ou pharmacie
Numéro des photos	De _____ À _____
Numéro de l'étiquette pour l'exemplaire SI UN EXEMPLAIRE A ÉTÉ OBTENU	_____
1. Public cible	<input type="radio"/> Grand public <input type="radio"/> Personnels de santé seulement
2. Types de produits mentionnés dans le matériel (COCHEZ LES MENTIONS APPROPRIÉES)	<input type="radio"/> Préparation pour nourrissons (dès la naissance) <input type="radio"/> Préparation de suite (6 mois ou plus) <input type="radio"/> Lait de croissance (12 mois ou plus) <input type="radio"/> Autre lait pour enfants de 0 à 36 mois <input type="radio"/> Autre aliment ou boisson pour nourrissons (de 0 à 6 mois) <input type="radio"/> Aliment de complément ou boisson de fabrication industrielle (6 mois ou plus) <input type="radio"/> Biberons ou tétines <input type="radio"/> Produit non précisé
3. Société (INSCRIRE « PLUSIEURS » SI PLUS D'UNE SOCIÉTÉ A ÉTÉ MENTIONNÉE ; INSCRIRE « S/O » SI AUCUNE SOCIÉTÉ N'A ÉTÉ MENTIONNÉE)	_____
4. Marque (INSCRIRE « PLUSIEURS » SI PLUS D'UNE MARQUE A ÉTÉ MENTIONNÉE ; INSCRIRE « S/O » SI AUCUNE MARQUE N'A ÉTÉ MENTIONNÉE)	_____
5. Quelle(s) langue(s) était/étaient utilisée(s) dans les matériels ?	_____
6. Les matériels ont-ils été conçus par un détaillant, le département de la santé/un établissement de santé, ou un fabricant ou un distributeur de substituts du lait maternel ?	<input type="radio"/> Détaillant <input type="radio"/> Département de la santé/établissement de santé <input type="radio"/> Fabricant ou distributeur de substituts du lait maternel <input type="radio"/> Incapable de déterminer
CARACTÉRISTIQUES DES MATÉRIELS PROMOTIONNELS (SI LE MATÉRIEL N'EST PAS À BUT PROMOTIONNEL, PASSEZ AU POINT 10.1)	
7. Le matériel contient-il des messages relatifs aux avantages de certains produits ?	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non (PASSEZ À LA QUESTION 10)
8. SI LA RÉPONSE À LA QUESTION 7 EST OUI, quels sont les messages (cochez les mentions appropriées) ?	<input type="radio"/> Nouveau/amélioré <input type="radio"/> Commode <input type="radio"/> Similaire au lait maternel <input type="radio"/> Sain <input type="radio"/> Nutritif <input type="radio"/> Protège contre les maladies <input type="radio"/> Améliore la croissance de l'enfant <input type="radio"/> Améliore l'intelligence de l'enfant <input type="radio"/> Améliore le développement de l'enfant <input type="radio"/> Contribue au développement du système immunitaire <input type="radio"/> Autre (précisez)

<p>9. Si des aliments de complément sont promotionnés, les palettes de couleurs, styles, noms de marque, slogans et symboles sont-ils similaires à ceux des substituts du lait maternel produits par le même fabricant ?</p>	<p><input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non</p>
<p>CRITÈRES APPLICABLES AUX MATÉRIELS À BUT D'INFORMATION/D'ÉDUCATION DESTINÉS AUX PARENTS (SI LA QUESTION EST SANS OBJET, PASSEZ AU POINT 13.1)</p>	
<p>10.1. Contient des informations claires sur les avantages et la supériorité de l'allaitement maternel</p>	<p>Notes/explications/exemples</p> <p>Oui : par exemple « L'allaitement au sein est préférable pour votre nourrisson car il le protège contre la diarrhée et les infections respiratoires », « L'allaitement au sein exclusif constitue la meilleure alimentation pour votre nourrisson pendant les six premiers mois de la vie, et il demeure un élément important de l'alimentation de l'enfant jusqu'à l'âge de deux ans ou au-delà ».</p> <p>Non : aucune information n'est donnée ; les informations données sont difficiles à trouver ; les caractères utilisés pour les informations sont plus petits que ceux du corps du texte du matériel. Les informations sont difficiles à comprendre ; le texte ne fait que reproduire le texte du Code.</p> <p><input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non</p>
<p>10.2. Contient des informations claires sur l'alimentation de la mère</p>	<p>Non : aucune information n'est donnée ; Les informations données sont difficiles à trouver ; les caractères utilisés pour les informations sont plus petits que ceux du corps du texte du matériel. Les informations sont difficiles à comprendre ; le texte ne fait que reproduire le texte du Code.</p> <p><input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non</p>
<p>10.3. Contient des informations claires sur la préparation à l'allaitement maternel et son maintien</p>	<p>Non : aucune information n'est donnée ; les informations données sont difficiles à trouver ; les caractères utilisés pour les informations sont plus petits que ceux du corps du texte du matériel. Les informations sont difficiles à comprendre ; le texte ne fait que reproduire le texte du Code.</p> <p><input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non</p>
<p>10.4. Contient des informations claires sur les effets négatifs sur l'allaitement maternel de l'introduction d'une alimentation partielle au biberon</p>	<p>Non : aucune information n'est donnée ; les informations données sont difficiles à trouver ; les caractères utilisés pour les informations sont plus petits que ceux du corps du texte du matériel. Les informations sont difficiles à comprendre ; le texte ne fait que reproduire le texte du Code.</p> <p><input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non</p>
<p>10.5. Contient des informations claires sur la difficulté de revenir sur la décision de ne pas allaiter</p>	<p>Non : aucune information n'est donnée ; les informations données sont difficiles à trouver ; les caractères utilisés pour les informations sont plus petits que ceux du corps du texte du matériel. Les informations sont difficiles à comprendre ; le texte ne fait que reproduire le texte du Code.</p> <p><input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non</p>
<p>10.6. Contient des informations qui laissent ou font croire que les substituts du lait maternel sont équivalents ou supérieurs au lait maternel</p>	<p>Oui : un texte déclarant/laissant entendre que les produits lactés pour nourrissons peuvent être rendus similaires ou comparables au lait maternel ou présentent des avantages similaires à l'allaitement maternel, et incluant par exemple les termes/mots « humanisé », « maternisé » ou autres formulations similaires ; « étalon or » « plus proche du lait maternel que toute autre préparation » ; « même les selles de l'enfant seront plus molles et semblables à celles des enfants nourris au sein ».</p> <p><input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non</p> <p>Précisez :</p> <div style="background-color: #e0e0e0; height: 30px; width: 100%;"></div>
<p>10.7. Contient un texte ou des images de nature à décourager ou compromettre l'allaitement maternel</p>	<p>Oui : inclut un texte qui compromet la capacité d'une mère à allaiter son enfant, texte qui fait référence à des aspects négatifs associés à l'allaitement au sein, comme par exemple « le lait maternel est préférable pour les nourrissons sauf en cas de problème médical particulier » ; « ... Une mère doit allaiter son enfant si cela lui est possible » ; « Toute mère qui peut allaiter doit être encouragée à le faire ». Images présentant l'allaitement maternel sous un jour négatif.</p> <p><input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non</p> <p>Précisez :</p> <div style="background-color: #e0e0e0; height: 30px; width: 100%;"></div>

10.8. Recommande tout aliment ou boisson pour l'alimentation du nourrisson âgé de moins de six mois		<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
10.9. Inclut une invitation à prendre contact (directement ou indirectement) avec la société	<p>Oui : par exemple, les moyens d'assister à des événements ou des groupes sociaux parrainés/organisés par la société ; les liens vers des forums et des sites Web parrainés/conçus par la société ; les moyens de se connecter aux comptes des médias sociaux de la société.</p>	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non Précisez : <div style="background-color: #e0e0e0; width: 100px; height: 60px; margin-top: 5px;"></div>
10.3. Contient des procédés promotionnels destinés à faire vendre ses produits	<p>Oui : par exemple, des informations relatives à un cadeau ou un jouet gratuit ou une image le représentant ; « rabais supplémentaire de 20 % » ; un lien Internet proposant des échantillons gratuits/cadeaux pour l'achat de la préparation pour nourrissons ; bons pour l'achat d'autres produits.</p>	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non Précisez : <div style="background-color: #e0e0e0; width: 100px; height: 60px; margin-top: 5px;"></div>

CRITÈRES SUPPLÉMENTAIRES APPLICABLES AUX MATÉRIELS QUI MENTIONNENT LES PRODUITS LACTÉS POUR NOURRISSONS (EN L'ABSENCE D'INFORMATIONS DE CE TYPE, PASSEZ AU POINT 13.1)

11.1. Contient des informations claires relatives aux incidences sociales et financières de l'utilisation des laits pour nourrissons	<p>Oui : fournit suffisamment d'informations pour permettre à la famille de calculer ce que coûtera l'alimentation artificielle du nourrisson.</p> <p>Non : aucune information n'est donnée ; les informations données sont difficiles à trouver ; Les caractères utilisés pour les informations sont plus petits que ceux du corps du texte du matériel. Les informations sont difficiles à comprendre ; le texte ne fait que reproduire le texte du Code.</p>	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
11.2. Contient des informations claires sur les risques pour la santé dus aux aliments et aux méthodes d'alimentation inappropriés	<p>Non : aucune information n'est donnée ; les informations données sont difficiles à trouver ; les caractères utilisés pour les informations sont plus petits que ceux du corps du texte du matériel. Les informations sont difficiles à comprendre ; le texte ne fait que reproduire le texte du Code.</p>	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
11.3. Contient des informations claires sur les risques pour la santé liés à l'utilisation superflue ou inappropriée des produits lactés pour nourrissons	<p>Oui : contient des informations particulières concernant notamment l'eau, l'hygiène et une dilution excessive ou insuffisante. Les restes de préparations de substituts du lait maternel doivent être jetés. Les préparations en poudre ne sont pas stériles et peuvent contenir des bactéries nocives si elles ne sont pas élaborées correctement. Le non-respect du mode d'emploi fourni par les fabricants peut être cause de maladies graves. L'utilisation d'eau non bouillie ou d'ustensiles non ébouillantés pour nourrir votre nourrisson peut le rendre malade. Une dilution ou une concentration excessive du produit est dangereuse pour la santé de votre nourrisson.</p> <p>Non : aucune information n'est donnée ; les informations données sont difficiles à trouver ; les caractères utilisés pour les informations sont plus petits que ceux du corps du texte du matériel. Les informations sont difficiles à comprendre ; le texte ne fait que reproduire le texte du Code.</p>	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non

11.4. Contient un texte ou des images de nature à idéaliser l'utilisation des substituts du lait maternel	<p>Oui : inclut des allégations nutritionnelles et sanitaires, ou d'autres textes/allégations recommandant le produit ou sous-entendant qu'il est approuvé vu ses avantages, sa qualité, sa nécessité, sa supériorité, etc. comme par exemple « produit préféré par les médecins pour les problèmes d'alimentation courants » ; « les protéines bienfaisantes contribuent au développement optimal du nourrisson » ; « améliore l'intelligence, les résultats, les capacités artistiques... ». Image d'un nourrisson ou d'un jeune enfant au biberon ; représentation d'animaux, de jouets, de personnages de bandes dessinées, ou du symbole d'une marque ; images idéalisant le produit comme des cœurs, des fleurs/paysages.</p>	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non Précisez : <div style="background-color: #e0e0e0; height: 100px; width: 100%;"></div>
--	---	--

CRITÈRES SUPPLÉMENTAIRES APPLICABLES AUX MATÉRIELS QUI MENTIONNENT L'ALIMENTATION DE COMPLÉMENT (SI AUCUNE INFORMATION DE CE TYPE N'EST INCLUSE, PASSEZ AU POINT 13.1)

12.1. Inclut une déclaration relative à l'importance du maintien de l'allaitement au sein pendant au moins deux ans		<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
12.2. Contient une déclaration sur l'importance de ne pas introduire des aliments de complément avant l'âge de six mois		<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
12.3. Suggère que les aliments de complément peuvent être donnés au biberon		<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
12.4. Contient des informations laissant ou faisant croire que les aliments de complément sont équivalents ou supérieurs au lait maternel	<p>Oui : un texte déclarant/laissant entendre que le produit est similaire ou comparable au lait maternel ou qu'il présente des avantages similaires à l'allaitement au sein comme « étalon or » « nutrition optimale, identique au lait maternel ».</p>	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non Précisez : <div style="background-color: #e0e0e0; height: 100px; width: 100%;"></div>

CRITÈRES SUPPLÉMENTAIRES APPLICABLES AUX MATÉRIELS QUI MENTIONNENT L'ALIMENTATION DE COMPLÉMENT (SI AUCUNE INFORMATION DE CE TYPE N'EST INCLUSE, PASSEZ AU POINT 13.1)

13.1. Contient des éléments non scientifiques, non factuels	<p>Oui : contient des mentions telles que « la plupart des nourrissons seront nourris au biberon au moment du sevrage et du passage aux aliments solides. » L'information fournie n'est assortie d'aucune référence bibliographique, les références citées ne sont pas avalisées par des spécialistes, les représentations et les images ne sont pas reliées aux études faites, au moyen de graphiques, figures et diagrammes, par exemple.</p>	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non Précisez : <div style="background-color: #e0e0e0; height: 100px; width: 100%;"></div>
--	---	--

FORMULAIRE 5. LISTE DES PRODUITS VISÉS VENDUS AU POINT DE VENTE (AJOUTER UNE DEUXIÈME PAGE SI NÉCESSAIRE)

Article N°	Âge d'introduction	En poudre/prêt à l'emploi	Nom du produit	Nom de la sous-marque	Nom de la marque	Nom de la société	Taille des portions	Image N°
1								De À
2								De À
3								De À
4								De À
5								De À
6								De À
7								De À
8								De À

FORMULAIRE 6. PROMOTIONS DANS LES COMMERCEs DE DÉTAIL ET LES PHARMACIES (AJOUTER UNE DEUXIÈME PAGE SI NÉCESSAIRE)

[Dactylographier le site de l'étude]

[Apposer ici le tampon avec le numéro de série]

Zone d'application

(remplacer par l'unité/la division administrative locale appropriée)

Service

(adapter comme ci-dessus)

Nom du point de vente

Nom de l'établissement

Grands magasins

Petits magasins

Pharmacies

Autre (PRÉCISEZ)

Permission accordée

Oui

Non

Date (jj/mm/aaaa)

FORMULAIRE 7. EXAMEN SUR DOSSIER DES ÉTIQUETTES DES PRODUITS

		Réponses
Numéro des étiquettes		
1. Nom de la société et marque		
2. Nom du produit		
3. Taille du conditionnement		
4. Âges recommandés		
5. Types de produits mentionnés dans le matériel (COCHEZ LES MENTIONS APPROPRIÉES)	<input type="radio"/> Préparation pour nourrissons (dès la naissance) <input type="radio"/> Préparation de suite (6 mois ou plus) <input type="radio"/> Lait de croissance (12 mois ou plus) <input type="radio"/> Autre lait pour enfants de 0 à 36 mois <input type="radio"/> Autre aliment ou boisson pour nourrissons (de 0 à 6 mois) <input type="radio"/> Aliment de complément ou boisson de fabrication industrielle (6 mois ou plus) <input type="radio"/> Biberons ou tétines <input type="radio"/> Produit non précisé	
6. Quelle(s) langue(s) était/étaient utilisée(s) dans ce matériel ?		
CRITÈRES APPLICABLES À TOUTES LES ÉTIQUETTES		
		Notes/explications/exemples
7.1. Les informations relatives au produit sont imprimées sur le contenant ou sur une étiquette solidement fixée	Non : l'étiquette est facile à détacher du contenant	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
7.2. La langue utilisée sur l'étiquette du produit est adaptée au pays où le produit est vendu	Oui : toutes les informations sur l'étiquette sont rédigées dans une ou plusieurs des langues utilisées dans le contexte. Non : par exemple, toutes les informations sur l'étiquette ne sont pas rédigées dans les langues appropriées utilisées dans le contexte OU aucune information sur l'étiquette n'est rédigée dans les langues appropriées utilisées dans le contexte.	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
7.3. Contient des allégations nutritionnelles et/ou sanitaires	Oui : une allégation nutritionnelle suggère qu'un aliment a des propriétés nutritionnelles particulières, notamment, mais pas exclusivement, sa valeur énergétique, sa teneur en protéines, glucides et hydrates de carbone, et sa teneur en vitamines et minéraux (ne pas compter les tableaux relatifs aux apports nutritionnels). Une allégation sanitaire déclare, suggère ou laisse entendre qu'il existe une relation entre un aliment ou un élément constitutif de cet aliment et la santé, et contient par exemple des termes similaires à « cliniquement éprouvé », établit des liens avec la croissance, le développement et la santé ; et inclut des allégations liées à des ingrédients et des nutriments particuliers	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non Précisez : <div style="background-color: #e0e0e0; height: 40px; width: 100%; margin-top: 5px;"></div>
7.4. Laisse entendre que le produit est recommandé par une association de personnels de santé ou de professionnels de la santé		<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
7.5. Inclut l'âge d'introduction recommandé ou approprié		<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
7.6. Includes the recommended or appropriate age of introduction or	Oui : e.g., ways to attend company sponsored/organized events or social groups ; links to company sponsored/ developed forums and websites ; ways to connect to company social media accounts.	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non Précisez : <div style="background-color: #e0e0e0; height: 20px; width: 100%; margin-top: 5px;"></div>

7.7. Contient des procédés promotionnels destinés à faire vendre les produits visés	Oui : par exemple, des informations relatives à un cadeau ou un jouet gratuit ou une image le représentant ; « rabais supplémentaire de 20 % » ; un lien Internet proposant des échantillons gratuits/cadeaux pour l'achat des produits visés ; des bons pour l'achat d'autres produits.	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non Précisez : <input type="text"/>
7.8. Inclut la liste des ingrédients		<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
7.9. Présente la composition nutritionnelle du produit		<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
7.10. Contient des instructions relatives à la conservation	Oui : par exemple « conserver dans un lieu frais à l'abri de l'humidité », « utiliser le contenu dans les quatre semaines suivant l'ouverture », « fermer la boîte hermétiquement après chaque utilisation ».	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
7.11. Contient un numéro de lot		<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
7.12. Indique la date limite de consommation du produit (date de péremption)		<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
CRITÈRES SUPPLÉMENTAIRES APPLICABLES AUX PRODUITS LACTÉS POUR NOURRISSONS (S'IL NE S'AGIT PAS D'UN PRODUIT LACTÉ, PASSEZ AU POINT 9.1)		
8.1. Inclut les mots « Note importante » ou leur équivalent		<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
8.2. Inclut une déclaration relative à la supériorité de l'allaitement au sein	Oui : par exemple, « L'allaitement au sein est préférable pour votre nourrisson car il le protège contre la diarrhée et les infections respiratoires », « L'allaitement au sein exclusif constitue la meilleure alimentation pour votre nourrisson pendant les six premiers mois de la vie, et il demeure un élément important de l'alimentation de l'enfant jusqu'à l'âge de deux ans, ou au-delà ».	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
8.3. Contient un texte ou des images de nature à idéaliser l'utilisation des substituts du lait maternel	Oui : inclut des allégations nutritionnelles et sanitaires, ou d'autres textes/allégations recommandant le produit ou sous-entendant qu'il est approuvé vu ses avantages, sa qualité, sa nécessité, sa supériorité, etc., comme par exemple « produit préféré par les médecins pour les problèmes d'alimentation courants » ; « les protéines bienfaitantes contribuent au développement optimal du nourrisson » ; « améliore l'intelligence, les résultats, les capacités artistiques... ». Image d'un nourrisson ou d'un jeune enfant au biberon ; représentation d'animaux, de jouets, de personnages de bandes dessinées ou du symbole d'une marque ; images idéalisant le produit comme des cœurs, des fleurs/paysages.	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non Précisez : <input type="text"/>
8.4. Contient un texte ou des images de nature à décourager ou compromettre l'allaitement au sein	Oui : inclut un texte qui compromet la capacité d'une mère à allaiter son enfant, texte qui fait référence à des aspects négatifs associés à l'allaitement au sein, comme par exemple « le lait maternel est préférable pour les nourrissons sauf en cas de problème médical particulier » ; « ... Une mère doit allaiter son enfant si cela lui est possible » ; « Toute mère qui peut allaiter doit être encouragée à le faire ». Images présentant l'allaitement maternel sous un jour négatif.	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non Précisez : <input type="text"/>

<p>8.5. Contient une mention selon laquelle le produit ne doit être utilisé que sur l'avis d'un agent de santé</p>	<p>Oui : un texte déclarant/laissant entendre que le produit est similaire ou comparable au lait maternel ou présente des avantages similaires à l'allaitement maternel, utilisant par exemple des expressions comme « étalon or » ; « plus proches du lait maternel que toute autre préparation » ; « même les selles de l'enfant seront plus molles et semblables à celles des enfants nourris au sein » ; ou « humanisés », « maternisés » ou des termes/mots similaires.</p>	<p><input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non Précisez : <input type="text"/></p>
<p>8.6. Contient une déclaration selon laquelle il est nécessaire d'obtenir l'avis d'un agent de santé concernant la méthode d'emploi appropriée</p>	<p>Oui : par exemple, « La décision d'utiliser une préparation pour nourrissons doit être prise sur le conseil d'un professionnel des soins de santé. »</p>	<p><input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non</p>
<p>8.7. Contient une déclaration selon laquelle il est nécessaire d'obtenir l'avis d'un agent de santé concernant la méthode d'emploi appropriée</p>	<p>Oui : par exemple, « La décision d'utiliser une préparation pour nourrissons doit être prise sur le conseil d'un professionnel des soins de santé, qui vous indiquera le mode d'emploi approprié. »</p>	<p><input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non</p>
<p>8.8. Contient une mise en garde contre les risques pour la santé liés à une préparation et une utilisation inappropriées</p>	<p>Oui : par exemple, « Le non-respect du mode d'emploi fourni par les fabricants peut être cause de maladies graves. L'utilisation d'eau non bouillie ou d'ustensiles non ébouillantés pour nourrir votre nourrisson peut le rendre malade. Une dilution ou une concentration excessive du produit est dangereuse pour la santé de votre nourrisson. »</p>	<p><input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non</p>
<p>8.9. SI LE PRODUIT EST EN POUDRE, contient une mise en garde indiquant que les produits lactés en poudre pour nourrissons peuvent contenir des micro-organismes pathogènes</p>	<p><input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non</p>	
<p>8.10. SI LE PRODUIT EST EN POUDRE, contient des instructions relatives au mode de préparation approprié :</p>		
<p>a. l'étiquette illustre la méthode de préparation au moyens d'instructions graphiques claires ;</p>	<p><input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non</p>	
<p>b. les instructions montrent l'utilisation de pratiques hygiéniques, comme la propreté des mains et des surfaces de préparation ;</p>	<p><input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non</p>	
<p>c. les instructions montrent qu'il est nécessaire de faire bouillir l'eau et de stériliser les ustensiles ;</p>	<p><input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non</p>	
<p>d. les instructions montrent qu'il est nécessaire de confectionner un seul repas à la fois avec une préparation en poudre ;</p>	<p><input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non</p>	
<p>e. les instructions montrent qu'il est nécessaire d'utiliser de l'eau à 70 °C au minimum pour réduire autant que possible le risque de contamination par des micro-organismes pendant la préparation ;</p>	<p><input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non</p>	
<p>f. les instructions montrent qu'il est nécessaire de laisser refroidir la préparation avant de la donner au nourrisson si de l'eau chaude a été utilisée pour la reconstitution ;</p>	<p><input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non</p>	
<p>g. les instructions montrent que les restes non utilisés du produit doivent être jetés immédiatement.</p>	<p><input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non</p>	

CRITÈRES SUPPLÉMENTAIRES APPLICABLES AUX ALIMENTS DE COMPLÉMENT

9.1. Inclut une déclaration relative à l'importance du maintien de l'allaitement au sein pendant au moins deux ans		<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
9.2. Contient une déclaration selon laquelle le produit ne doit pas être donné aux nourrissons âgés de moins de six mois	Non : inclut par exemple une illustration indiquant qu'un enfant de moins de six mois peut être prêt à consommer progressivement ses premiers aliments, etc.	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
9.3. Contient un texte ou des images suggérant que le produit doit être donné aux nourrissons âgés de moins de six mois		<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non Précisez : <input style="width: 100px; height: 20px;" type="text"/>
9.4. Suggère que ce produit doit être donné au biberon		<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non
9.5. Contient un texte ou des images de nature à décourager ou compromettre l'allaitement au sein	Oui : inclut un texte suggérant que l'allaitement au sein n'est plus important, texte qui fait référence aux aspects négatifs associés à l'allaitement maternel, comme par exemple « tout ce dont votre nourrisson a besoin pour grandir et rester en bonne santé ». Images présentant l'allaitement au sein sous un jour négatif.	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non Précisez : <input style="width: 100px; height: 20px;" type="text"/>
9.6. Contient des informations qui laissent ou font croire que les aliments de complément sont équivalents ou supérieurs à l'allaitement au sein	Oui : inclut un texte suggérant que l'allaitement au sein n'est plus important, texte qui fait référence aux aspects négatifs associés à l'allaitement maternel, comme par exemple « tout ce dont votre nourrisson a besoin pour grandir et rester en bonne santé ». Images présentant l'allaitement au sein sous un jour négatif.	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non Précisez : <input style="width: 100px; height: 20px;" type="text"/>
9.7. Les palettes de couleurs, styles, noms de marque, slogans ou symboles sont les mêmes que ceux qui sont utilisés pour les substituts du lait maternel produits par le même fabricant		<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non Précisez : <input style="width: 100px; height: 20px;" type="text"/>

CRITÈRES SUPPLÉMENTAIRES APPLICABLES AUX BIBERONS ET AUX TÉTINES

10.1. Contient des images ou des textes de nature à idéaliser l'utilisation des biberons et des tétines	Oui : images ou texte suggérant une similitude avec le sein ou le mamelon	<input type="radio"/> Oui <input type="radio"/> Non Précisez : <input style="width: 100px; height: 20px;" type="text"/>
--	---	--

FORMULAIRE 8. EXAMEN SUR DOSSIER DES PROMOTIONS DIFFUSÉES DANS LES MÉDIAS

	Réponses
1. Moyen de communication	<input type="radio"/> Télévision <input type="radio"/> Internet (PASSEZ au point 6)
2. Date (jour/mois/année)	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
3. Heure de la journée	<input type="text"/> heures <input type="text"/> minutes
4. Durée de transmission	<input type="text"/> minutes <input type="text"/> secondes <input type="radio"/> Impossible de mesurer la durée
5. Chaîne	<input type="text"/> (PASSEZ AU POINT 10)
6. Source des informations	<input type="radio"/> Fabricant de produits alimentaires pour nourrissons <input type="radio"/> Magazines/forums en ligne pour les mères <input type="radio"/> Commerces de détail en ligne
7. Type de plateforme	<input type="radio"/> Site Web <input type="radio"/> Facebook <input type="radio"/> Twitter <input type="radio"/> YouTube <input type="radio"/> Instagram <input type="radio"/> Autre (précisez) <input type="text"/>
8. Numéro de dossier des photos ou des captures d'écran	De <input type="text"/> À <input type="text"/>
9. Lien vers le site Web	<input type="text"/>
10. Type de promotion	<input type="radio"/> Publicité <input type="radio"/> Note d'information <input type="radio"/> Entretien <input type="radio"/> Bulletin d'information <input type="radio"/> Opinion/analyse/débat <input type="radio"/> Bouche à oreille électronique encourageant les mères à contacter d'autres mères au sujet d'un produit ou d'une marque en particulier <input type="radio"/> Loteries et promotions <input type="radio"/> Adhésion à un club <input type="radio"/> Incitations à acheter des produits Autre (précisez) <input type="text"/>

-
11. Types de produits mentionnés dans la promotion
(COCHEZ LES MENTIONS APPROPRIÉES)
- Préparation pour nourrissons (dès la naissance)
 - Préparation de suite (6 mois ou plus)
 - Lait de croissance (12 mois ou plus)
 - Autre lait pour enfants de 0 à 36 mois
 - Autre aliment ou boisson pour nourrissons (de 0 à 6 mois)
 - Aliment de complément ou boisson de fabrication industrielle (6 mois ou plus)
 - Biberons ou tétines
 - Produit non précisé
-

12. Société
(INSCRIRE « PLUSIEURS » SI PLUSIEURS SOCIÉTÉS SONT MENTIONNÉES ; INSCRIRE « S.O. » SI AUCUNE SOCIÉTÉ N'EST MENTIONNÉE)
-

13. Marque
(INSCRIRE « PLUSIEURS » SI PLUSIEURS MARQUES SONT MENTIONNÉES ; INSCRIRE « S.O. » SI AUCUNE MARQUE N'EST MENTIONNÉE)

14. Quelle(s) langue(s) était/étaient utilisée(s) dans les matériels ?

-
15. Le matériel contient-il des messages relatifs aux avantages de certains produits ?
- Oui
 - Non (FIN)
-

16. SI LA RÉPONSE À LA QUESTION 16 EST OUI, quels sont les messages (cochez les mentions appropriées) ?

- Nouveau/amélioré
 - Commode
 - Similaire au lait maternel
 - Sain
 - Nutritif
 - Protège contre les maladies
 - Améliore la croissance de l'enfant
 - Améliore l'intelligence de l'enfant
 - Améliore le développement de l'enfant
 - Contribue au développement du système immunitaire
- Autre (Précisez)

-
17. Si la promotion concerne des aliments de complément, les palettes de couleurs, styles, noms de marque, slogans, ou symboles sont-ils similaires à ceux qui sont utilisés pour les substituts du lait maternel produits par le même fabricant ?

- Oui
 - Non
-



**Organisation
mondiale de la Santé**

Organisation mondiale de la Santé

Département Nutrition, santé et développement

Organisation mondiale de la Santé

Avenue Appia 20, CH-1211 Genève 27, Suisse

Adresse électronique : nutrition@who.int

www.who.int/nutrition

ISBN 9789242513493



9 789242 513493