

Le pot au lait.

NOTE DE SYNTHÈSE

COMMENT LES FABRICANTS
DE LAITS INFANTILES
FONT PASSER LEURS
PROFITS AVANT LA SANTÉ
DES NOURRISSONS.

Résumé

L'alimentation des nourrissons et des jeunes enfants joue partout dans le monde un rôle fondamental dans l'amélioration de leurs chances de survie et dans la promotion d'une croissance et d'un développement sains. Bien que l'Organisation mondiale de la santé (OMS) recommande vivement l'allaitement comme le meilleur mode d'alimentation des nourrissons, de nombreuses femmes ne peuvent pas allaiter leurs enfants ou choisissent de ne pas le faire. Les parents peuvent alors se tourner vers un nombre croissant de laits infantiles. Ce rapport présente la première enquête à avoir été réalisée sur les quatre plus grands fabricants (Nestlé, Danone, Mead Johnson Nutrition¹ et Abbott) de laits infantiles à base de lait de vache pour les nourrissons de moins de douze mois et les différences de prix constatées entre ces produits dans 14 marchés mondiaux. Il conclut que cet accroissement de la différenciation de l'offre ne s'appuie sur aucun élément scientifique mais qu'il est plutôt le fruit d'une recherche minutieuse sur les préférences des consommateurs guidée par la volonté d'augmenter les parts de marché et les bénéfices des fabricants. Enfin, ce rapport appelle à une refonte de la gamme des laits infantiles disponibles actuellement pour veiller à ce qu'ils reflètent uniquement les meilleurs travaux scientifiques disponibles et pour s'assurer qu'ils soient aussi sûrs et complets sur le plan nutritionnel que possible.

Introduction

L'OMS estime qu'un allaitement optimal pourrait tous les ans sauver les vies de 820.000 enfants âgés de moins de cinq ans. Au niveau individuel, la santé d'une personne plus tard dans la vie dépend essentiellement de son alimentation au cours de ses deux premières années d'existence. Malgré l'abondance des preuves montrant que l'allaitement présente de nombreux avantages (y compris le fait de constituer l'alimentation optimale des nourrissons), seuls 36 % environ des bébés de moins de six mois sont exclusivement nourris au sein.²

Bien que certaines mères choisissent de ne pas allaiter leurs enfants, nombre de celles qui souhaiteraient le faire ne reçoivent pas le soutien d'experts qualifiés en allaitement, de leur employeur ou de leur communauté. En outre, l'activité publicitaire incorrect des fabricants de substituts du lait maternel continue de nuire à l'allaitement, ce que l'International Baby Food Action Network (IBFAN, « Réseau international des groupes d'action pour l'alimentation infantile ») dénonce depuis des décennies.³

Le marché des laits infantiles est particulièrement rentable (sa valeur actuelle représente 47 milliards USD par an) et sa croissance est estimée à environ 50 % d'ici à 2020. Le lait infantile est le produit alimentaire conditionné qui connaît la plus forte croissance ; c'est en Asie que celle-ci est la plus soutenue, les projections montrant que la Chine continentale, Hong Kong, l'Indonésie et le Vietnam deviendront les principaux marchés en termes de total des ventes et de croissance prévue. Il s'agit en outre d'un marché extrêmement concentré, dominé par six grandes sociétés et leurs filiales, dans le portefeuille desquelles les substituts de lait maternel occupent une part importante. Il n'est donc pas surprenant que la conquête de parts de marché soit sévère, notamment dans les pays asiatiques à forte croissance, et que le développement des produits joue un rôle majeur dans cette lutte.

L'histoire des laits infantiles est riche en scandales. Nestlé a fait l'objet de boycotts au cours des années en raison de ses stratégies de marketing contraires à l'éthique visant à déconsidérer l'allaitement, surtout dans les pays en voie de développement où les laits infantiles sont fortement soupçonnés d'avoir augmenté la mortalité. Des années de campagnes contre de telles pratiques ont amené l'OMS à adopter en 1981 le Code international de commercialisation des substituts du lait

maternel, lequel n'est pas uniformément appliqué, de nombreux pays ne l'ayant que partiellement intégré à leur réglementation. En tout état de cause, 36 ans après son adoption, l'IBFAN continue de signaler des violations régulières du Code par l'ensemble des fabricants de laits infantiles. Selon l'index 2016 d'Access to Nutrition, Nestlé est la société qui respecte le mieux le code bien que son score soit à peine de 36 %, tandis que les scores d'Abbott et de Mead Johnson Nutrition sont encore plus faibles (moins de 10 %). Même lorsque les entreprises ont mis en place des politiques de conformité au Code, il a été établi qu'elles les violaient sur le terrain.

La gamme de substituts du lait maternel mis sur le marché a connu une forte croissance depuis les années 80, lorsque les premières versions destinées aux enfants plus âgés - « laits de suite ⁷» - sont apparues. Les organisations non gouvernementales (ONG) ont expliqué que ces laits de suite ont été introduits pour contourner le Code de l'OMS et les résolutions suivantes de l'Assemblée de l'OMS, dans la mesure où certains pays ont interdit uniquement la publicité pour les laits infantiles.^{8,9}

Les fabricants de substituts du lait maternel adoptent également plus fréquemment une nouvelle stratégie consistant à placer de nouveaux produits ou des produits reformulés sur le marché en prétendant qu'ils sont issus des recherches les plus avancées et que leur composition se rapproche toujours plus de celle du lait maternel. Présentés dans un conditionnement attrayant, l'étiquetage des produits vante souvent leur qualité nutritionnelle supérieure ou leur aptitude à aider à soigner les maladies communes telles que l'indigestion ou les allergies générales.

Conclusions principales

Pour établir ce rapport, nous avons examiné plus de 400 produits en vente dans différents pays à travers le monde et fabriqués par les quatre principaux fabricants de laits infantiles : Nestlé, Danone, Mead Johnson Nutrition et Abbott. Notre étude s'est concentrée sur les types les plus populaires de laits infantiles en poudre basés sur du lait de vache pour enfants de moins de 12 mois en vente dans 14 marchés : Afrique du Sud, Allemagne, Australie, Bulgarie, Chine continentale et Hong Kong, Espagne, États-Unis, France, Indonésie, Nouvelle-Zélande, Pays-Bas, Pologne et Royaume-Uni. Nous avons exclu les produits commercialisés pour les enfants de plus de 12 mois et les produits très



Magasin de laits infantiles au Vietnam. Copyright: Benedict Wermter

spécialisés concernant des pathologies précises. Nous présentons ci-dessous les principales conclusions de notre enquête.

1. La composition nutritionnelle du lait infantile est régie par une réglementation ou par les normes du Codex alimentarius relatives à sa composition mais les contrôles de sa qualité nutritionnelle dépendent en grande partie de l'autoréglementation industrielle.

- La composition des laits infantiles est réglementée à différents niveaux. Une norme commerciale globale, définie pour la première fois par le Codex alimentarius dans les années 80, fixe des exigences minimums en matière de niveaux de macronutriments (glucides, protéines, etc.) et de micronutriments (minéraux, vitamines, etc.) dans les laits infantiles pour nourrissons et dans les laits de suite. Les types et niveaux de nutriments des laits infantiles sont généralement identiques dans les réglementations des principaux marchés mais il peut y avoir des différences dans les ingrédients exigés ou permis et dans les restrictions en matière d'étiquetage.

- Il y a très peu de supervision de la composition nutritionnelle et de la conformité aux normes réglementaires des laits infantiles vendus à travers le monde. Bien que ces laits soient perçus comme un produit soumis à des contrôles exigeants, les autorités s'appuient largement sur l'autoréglementation industrielle. Les laits infantiles en poudre ne sont pas des produits stériles et la présence de micro-organismes pathogènes (p. ex. *Enterobacter sakazakii* et *Salmonella spp.*) est régulièrement signalée. Néanmoins, le manque de conformité avec les exigences de composition nutritionnelle ou des questions plus géné-

rales concernant la qualité sont signalés moins fréquemment. Cela ressemble à un oubli significatif de la part des autorités chargées de réglementer la sécurité alimentaire, notamment en ce qui concerne les nourrissons de moins de six mois qui dépendent entièrement du lait infantile pour l'ensemble de leurs besoins alimentaires au cours d'une étape essentielle de leur développement.

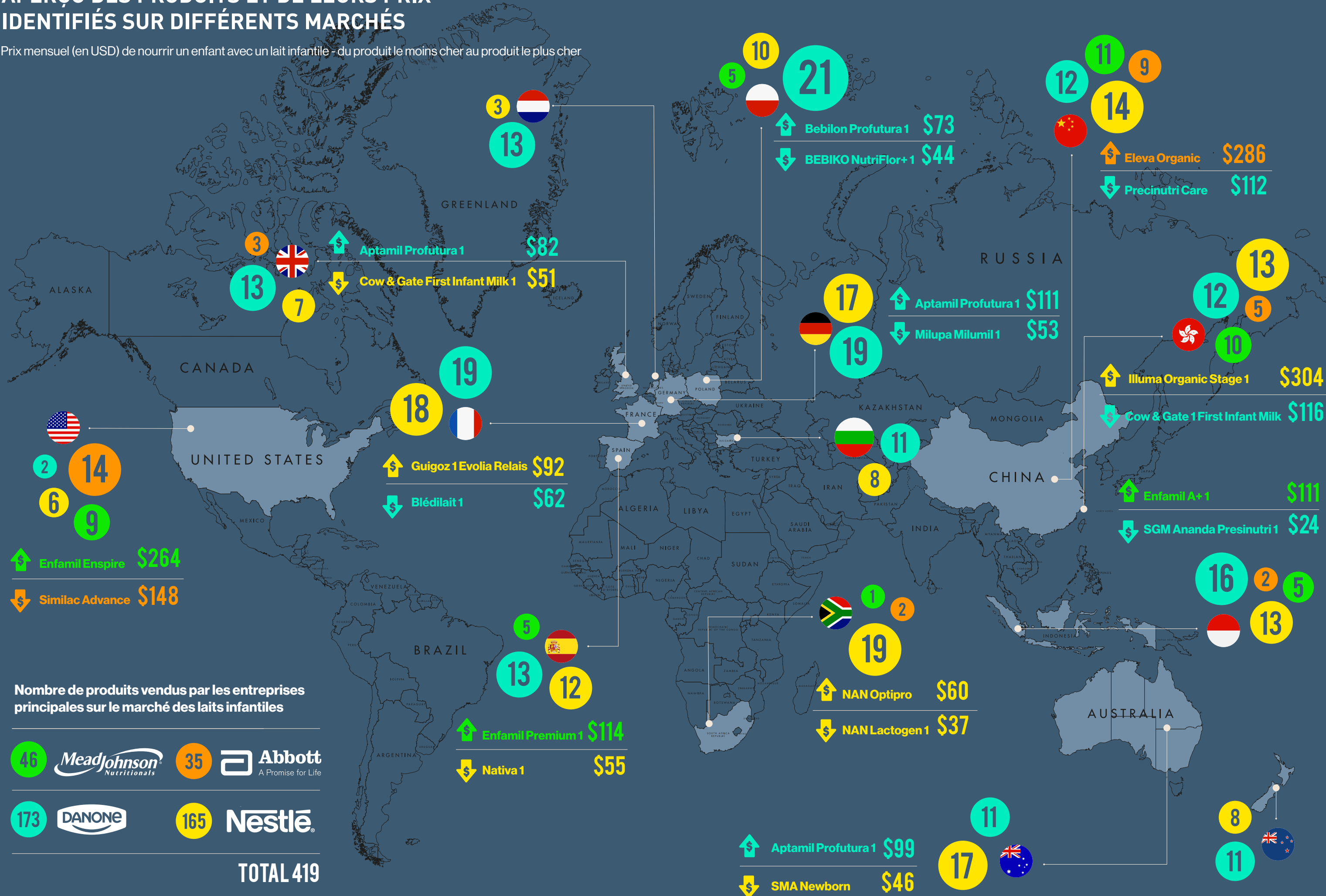
2. Absence de justification scientifique claire de ces gammes de produits

- Malgré les exigences légales concernant la composition nutritionnelle des laits infantiles, des laits de suite et des laits commercialisés comme produits spécialisés, les quatre premiers fabricants proposent une gamme de produits étendue : nos recherches ont identifié plus de 400 produits, incluant des produits semblables vendus sous leurs marques ou sous celles de leurs filiales dans le cadre de stratégies de différenciation des produits.

- Les fabricants commercialisent un nombre grandissant de produits pour différents groupes d'âge (1 à 12 mois, 1 à 6 mois, 1 à 3 mois, etc.) ou, dans leur course pour se rapprocher « plus que jamais du lait maternel », contenant des nutriments supplémentaires qui ne sont pas exigés par la loi (acides gras oméga tels que DHA¹⁰ et ARA¹¹, prébiotiques et probiotiques, nucléotides, etc.) ou prétendant guérir des maladies générales (prévention des allergies, produisant des selles plus molles ou favorisant le sommeil) ou contenant des ingrédients crus ou des arômes pour satisfaire les préférences de consommation plus générales ou répondre à des inquiétudes dans ce domaine (prétendant ne contenir aucun organisme génétiquement

APERÇU DES PRODUITS ET DE LEURS PRIX IDENTIFIÉS SUR DIFFÉRENTS MARCHÉS

Prix mensuel (en USD) de nourrir un enfant avec un lait infantile - du produit le moins cher au produit le plus cher





Rayon de laits infantiles dans un supermarché indonésien Copyright: Benedict Wermter

modifié (OGM) ou huile de palme ou utilisant des ingrédients bio, arôme vanille, etc.).

- Néanmoins, les fabricants placent des produits de compositions différentes sur différents marchés, ce qui suggère que leurs gammes de produits font peu de cas de la science de la nutrition et ne se préoccupent guère des questions de santé. Par exemple, Nestlé est la seule société à vendre des produits, au nombre de 165, dans les 14 marchés où nous avons enquêté. Il est cependant évident qu'il existe de grandes différences dans la composition de sa gamme de produits NAN, la plus distribuée dans les différents marchés.
- Danone vend le plus grand nombre de produits (173 au total) parmi les sociétés examinées dans cette étude, tandis que Mead Johnson en vend 46 et Abbott 35.

3. La différenciation des produits comme méthode de hausse des prix et d'augmentation des marges bénéficiaires

- Il existe une énorme disparité de coûts entre les laits infantiles à l'intérieur des pays et entre eux. Les quatre plus grandes sociétés fixent des prix élevés pour leurs produits dits « haut de gamme », notamment dans les marchés asiatiques en expansion où s'exerce une féroce concurrence pour gagner des parts de marché. En Indonésie, par exemple, le coût du lait infantile le plus cher que nous ayons trouvé sur ce marché - Enfamil A + (Mead

Johnson Nutrition) - est quatre fois et demie celui du lait économique de marque SGM Ananda Presinutri 1 (Danone). Par comparaison, au Royaume-Uni, le lait infantile en poudre le plus cher que nous ayons trouvé (Aptamil Profutura 1) est plus d'une fois et demie plus cher que le plus économique (Cow & Gate First Infant Milk 1), les deux produits étant fabriqués par Danone.

- Les fabricants vendent dans différents pays la même marque de lait infantile à des prix très différents. Par exemple, Aptamil Profutura 1 (Danone) est vendu en Allemagne, en Chine et au Royaume-Uni. Le prix de vente au Royaume-Uni est de 13 GBP pour 800 g (environ 17 USD) ; il est de presque 20 € pour 800 g (environ 24 USD) en Allemagne alors qu'en Chine, le prix est de 365 RMB pour 900 g (environ 55 USD). C'est l'un des laits infantiles en poudre à base de lait de vache les plus chers au Royaume-Uni ; pourtant, son prix est trois fois supérieur en Chine.
- La commercialisation des produits dits « haut de gamme » a une incidence financière sur les familles, surtout dans les pays d'Asie. En Allemagne, en France et au Royaume-Uni, nourrir un bébé de 2 à 3 mois coûte 1 à 3 % du salaire mensuel moyen. Mais en Chine, acheter ces mêmes produits pour nourrir un bébé de cet âge peut coûter jusqu'à près de 40 % du salaire mensuel moyen, et même les produits étrangers les moins chers coûtent environ 15 % du salaire mensuel moyen. En Indonésie, un parent gagnant le salaire mensuel moyen peut dépenser jusqu'à trois quarts

de son revenu mensuel s'il choisit d'acheter le lait infantile Enfamil A + de Mead Johnson Nutrition.

Conclusions et recommandations

Ce rapport démontre l'absence de fondement scientifique des produits que les fabricants de substituts du lait maternel commercialisent sur différents marchés. Ces derniers ne cessent d'introduire de nouveaux laits infantiles aux prétentions les plus variées. Ils prétendent souvent que leurs produits sont issus des « développements les plus récents de la science de la nutrition. » Pourtant, la vaste diversité des produits en vente à l'intérieur des pays et entre eux et les efforts que font les sociétés pour favoriser la vente de produits au coût élevé, surtout dans les marchés asiatiques à forte croissance, remettent en question de telles prétentions.

Notre recherche montre que les fabricants ont une attitude différente en fonction des marchés et que leurs produits sont souvent plus proches de ceux de leurs concurrents directs au sein du même marché que de leurs propres produits dans d'autres marchés. Il est prouvé que ces décisions s'appuient avant tout sur des études de marché plutôt que sur des considérations scientifiques ou sanitaires. Nous avons identifié la manière sophistiquée dont ces sociétés utilisent les études de marché et les médias sociaux pour étudier les préférences des consommateurs d'un marché donné. Cette recherche semble être axée essentiellement sur les moyens des consommateurs et leur volonté de payer puisqu'il n'existe aucune justification scientifique claire expliquant les très larges différences de prix observées entre les marques dans chaque marché et aussi au

sein des marques dans différents pays.

En ce qui concerne les bébés qui ne sont pas allaités, il incombe aux fabricants et aux administrations chargées de la sécurité alimentaire de veiller à ce que les substituts du lait maternel soient aussi sûrs et complets sur le plan nutritionnel que possible et que le développement de ces produits tienne compte uniquement de considérations scientifiques. Une alimentation des nourrissons et des jeunes enfants adéquate du point de vue nutritionnel est essentielle pour améliorer leurs chances de survie, promouvoir une croissance et un développement sains et prévenir les maladies plus tard dans la vie. À la place de constantes « innovations produits » dans le seul but d'accroître les ventes des fabricants, le présent rapport demande une refonte complète des laits infantiles vendus par les fabricants de substituts du lait maternel de sorte que seuls ceux fabriqués à partir de conseil scientifiques sans équivoque et d'ingrédients de la plus haute qualité soient vendus.

Le présent rapport demande aussi que les pouvoirs publics veillent à ce que la commercialisation, la qualité nutritionnelle et le caractère complet des produits soient vérifiés régulièrement et que toute prétention sanitaire injustifiée soit retirée. Enfin, les gouvernements doivent promulguer et appliquer une législation qui met en œuvre intégralement le Code de l'OMS et les résolutions de l'Assemblée de l'OMS.

Notes

- Organisation mondiale de la santé (2017): *Alimentation du nourrisson et du jeune enfant: Aide-mémoire*. [EN LIGNE] Disponible à l'adresse suivante : <http://who.int/mediacentre/factsheets/fs342/fr>
- Save the Children (2013) *Superfood for Babies: Breastfeeding Report - Save the Children (Un super-aliment pour les bébés : Rapport sur l'allaitement - Save the Children*. [EN LIGNE] Disponible (en anglais) à l'adresse suivante : <http://www.savethechildren.org/atf/cf/%7B9def2ebe-10ae-432c-9bd0-df91d2eba74a%7D/SUPERFOOD%20FOR%20BABIES%20ASIA%20LOW%20RES%282%29.PDF>
- Euromonitor International (2015) *Market Overview: Identifying New Trends and Opportunities in the Global Infant Formula Market, Part I. (Aperçu du marché : Identification des nouvelles tendances et opportunités sur le marché mondial des laits infantiles. 1^{re} partie.)* [EN LIGNE] Disponible (en anglais) à l'adresse suivante : <http://www.euromonitor.com/market-overview-identifying-new-trends-and-opportunities-in-the-global-infant-formula-market-part-i/report>.
- Mascaraque, M. (2016) *Market Overview: Identifying New Trends and Opportunities in the Global Infant Formula Market - presentation to VitaFoods Europe. (Aperçu du marché : Identification des nouvelles tendances et opportunités sur le marché mondial des laits infantiles - presentation VitaFoods Europe.)* [EN LIGNE] Disponible (en anglais) à l'adresse suivante : <https://www.slideshare.net/Euromonitor/market-overview-identifying-new-trends-and-opportunities-in-the-global-infant-formula-market>
- Access to Nutrition Index (2017) *Global Index 2016 (Index mondial 2016)*. [EN LIGNE] Disponible (en anglais) à l'adresse suivante : <https://www.accesstonutrition.org/index/2016>.
- Définis comme laits destinés aux nourrissons sevrés et aux jeunes enfants (de 6 à 36 mois).
- Définis comme laits destinés aux nourrissons non sevrés (habituellement de moins de 6 mois)
- International Baby Food Action Network (2013) *WHO States that Follow-Up Formula is Not Necessary and that Marketing May Mislead Parents. (L'OMS déclare que les laits de suite ne sont pas nécessaires et que le marketing peut tromper les parents.)* [EN LIGNE] Disponible (en anglais) à l'adresse suivante : <http://www.babymilkaction.org/archives/704>.
- Acide docosahexaénoïque (un acide gras oméga-3).
- Acide arachidonique (un acide gras oméga-6).
- Au cours de notre recherche, Mead Johnson Nutrition a été achetée en juin 2017 par Reckitt Benckiser (RB). Du fait de cette transaction, Mead Johnson Nutrition est désormais une division de RB et a apporté à son portefeuille des marques comme Enfamil et Nutramigen. En ce qui concerne le présent rapport, nous continuons d'utiliser le nom de Mead Johnson Nutrition.

