

# Editorial

## Et si on revalorisait le lait maternel ?

Mme Odile LEMAIRE

Infirmière-puéricultrice – D.U. allaitement maternel

**N**ous parlons toujours de promouvoir « l'allaitement maternel », mais ne devrait-on pas aussi et d'abord, promouvoir le lait maternel ? Telle est ma réflexion actuelle : ne peut-on pas penser que l'un et l'autre, curieusement, pourraient éventuellement être dissociés ?

J'en suis venue à cette réflexion en écoutant les femmes. Celles qui n'allaitent pas n'ont souvent pas le désir physique de le faire, ou la capacité psychologique ou culturelle de mettre leur enfant au sein : par pudeur, par refus de la « contrainte », par souci esthétique.... Pour celles-là, la maternité ne passe pas par le sein.

Les bébés ont tous besoin de lait maternel. En ce sens, l'allaitement convient à tous les bébés. Mais toutes les mères ne peuvent pas allaiter, pouvoir ayant ici le sens de la capacité psychologique et comportementale. En cela, il semble que l'allaitement ne convienne pas à toutes les mères.

Or, c'est une question que je pose, ne faudrait-il pas revaloriser le lait maternel ?

Par souci de ne pas « culpabiliser » les femmes qui n'allaitent pas, on a laissé croire que le lait industriel est tout aussi bon que le lait maternel : on a ôté au lait maternel sa supériorité, sa singularité. Les jeunes parents ne savent pas toujours que le lait industriel est du lait de vache. Aux étudiants que je forme, je pose souvent la question : certains d'entre eux pensent que c'est un lait de synthèse....

Si les mères préfèrent ne pas allaiter, c'est pour leur confort personnel, et aussi parce qu'elles pensent bien souvent que le lait industriel est sensiblement le même que le lait maternel, et que donc, il n'est pas nécessaire de se compliquer la vie avec une pratique souvent décriée et décrite en termes peu encourageants, et ce pour un faible bénéfice pour le bébé.

Ainsi, avez-vous prêté attention à ceci : les représentants des « labos de lait » qui viennent nous voir commencent toujours leur discours par : « c'est sûr, rien ne vaut le lait maternel », mais pour rajouter aussitôt que le lait qu'ils fabriquent contient ceci et cela, de sorte qu'il se rapproche vraiment beaucoup du lait maternel. Et, justement, si nous nous efforçons de leur prouver le contraire ?

Le geste d'allaiter fait appel à des valeurs culturelles et familiales, à l'histoire, au vécu... de la mère, des parents ; y toucher est délicat, et demande un bon travail d'information. Le lait maternel est, quant à lui, une réalité scientifique, une production biologique, et devrait être en toute honnêteté « inattaquable ».

Ne faudrait-il pas d'ailleurs, pour cela, commencer par donner un enseignement digne de ce nom aux étudiants des professions paramédicales dites « de base » (infirmiers, aides-soignantes aussi) : la lactation humaine et le lait maternel méritent qu'on s'y arrête un peu, à défaut de parler de l'allaitement, qui fait appel à des valeurs culturelles qui peuvent être contestées. La lactation est une fonction biologique comme une autre. Quant au lait maternel, l'unanimité est faite sur son intérêt pour la santé de l'enfant. La lactation est la seule fonction biologique qui concerne à la fois deux personnes, d'où une certaine complexité.

La promotion de l'allaitement, ne serait-ce pas d'abord et surtout, la valorisation du lait maternel ? Alors, à quand un slogan pour le lait maternel, qui défierait toute opération de marketing des laboratoires de lait ? Comme : « Le lait maternel, c'est l'essentiel ».



Quand Abbott-Ross utilise l'UNICEF pour faire la promotion de ses produits...

Une des pratiques courantes de marketing de l'industrie pharmaceutique est de distribuer des agendas aux professionnels de santé, remplis de publicités pour leurs produits. Abbott s'est procuré un stock important d'agendas 2004 édités par l'UNICEF, et les a décorés à sa façon en y rajoutant le nom, le logo et la « mission » de l'entreprise sur la première page de cet agenda, et en y insérant un marque-page illustré de publicités pour ses laits industriels en recto-verso.