

Pourquoi en 3D ?

Quand nous pensons au soutien à l'allaitement, nous avons tendance à le percevoir en deux dimensions : le temps (à partir de la grossesse jusqu'au sevrage), et le lieu (à la maison, dans la communauté ou le système de santé, etc.). Mais aucune des deux n'a d'impact sans une troisième dimension – la communication !

La communication est un aspect essentiel de la protection, la promotion et le soutien de l'allaitement.



CALENDRIER 2011

JANVIER							FÉVRIER							MARS							AVRIL						
D	L	K	M	J	V	S	D	L	K	M	J	V	S	D	L	K	M	J	V	S	D	L	K	M	J	V	S
30	31				1				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	3	4	5	6	7	8	9
2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	10	11	12	13	14	15	16
9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	17	18	19	20	21	22	23
16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	24	25	26	27	28	29	30		
23	24	25	26	27	28	29	27	28													27	28	29	30	31		

MAI							JUIN							JUILLET							AOÛT *						
D	L	K	M	J	V	S	D	L	K	M	J	V	S	D	L	K	M	J	V	S	D	L	K	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7			1	2	3	4	31				1	2	1	2	3	4	5	6			
8	9	10	11	12	13	14	5	6	7	8	9	10	11	3	4	5	6	7	8	9	7	8	9	10	11	12	13
15	16	17	18	19	20	21	12	13	14	15	16	17	18	10	11	12	13	14	15	16	14	15	16	17	18	19	20
22	23	24	25	26	27	28	19	20	21	22	23	24	25	17	18	19	20	21	22	23	21	22	23	24	25	26	27
29	30	31					26	27	28	30				24	25	26	27	28	29	30	28	29	30	31			

SEPTEMBRE							OCTOBRE							NOVEMBRE							DÉCEMBRE						
D	L	K	M	J	V	S	D	L	K	M	J	V	S	D	L	K	M	J	V	S	D	L	K	M	J	V	S
				1	2	3	30	31				1			1	2	3	4	5			1	2	3			
4	5	6	7	8	9	10	2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24	16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26	18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30		23	24	25	26	27	28	29	27	28	29	30				25	26	27	28	29	30	31

WABA • Semaine Mondiale de l'Allaitement Maternel 1-7 août 2011
 Courriel : wbw@waba.org.my • www.worldbreastfeedingweek.org

Que pouvons-nous faire pour avoir une expérience en 3D ? Mobilisez-vous et Célébrez !

1 Connectez-vous aux autres défenseurs de l'allaitement par courriel ou par blog, sur Facebook ou Twitter et commencez à planifier vos actions !

2 Contactez les acteurs locaux de la communication - enseignants, journalistes, agents des médias, étudiants, organisateurs communautaires – pour les aider à construire et à partager des messages vitaux contribuant à favoriser la prise de conscience sur l'allaitement.

3 Prenez contact avec des centres de santé locaux et aidez-les à mettre en place des actions de sensibilisation envers des femmes enceintes et des mères allaitantes ou des cours de formation pour consultants en lactation et conseillers en allaitement.

4 Écrivez à votre employeur, aux autorités locales et nationales et demandez-leur de parrainer un événement pour la SMAM et, si nécessaire, informez-les du besoin de prévenir les conflits d'intérêt en évitant toute forme de parrainage ou de collaboration avec les fabricants et distributeurs de produits concernés par le Code.

5 Organisez un événement où les gens peuvent partager leur témoignage de façon créative – une exposition d'art commune, une session de monologues, un concours vidéo en ligne, un festival de film, une foire d'artisanat alternatif, un forum en ligne – il n'y a pas de limite !

6 Encouragez l'enseignement de l'allaitement dans les écoles et les universités, et liez-vous aux groupes existants de défense de causes sociales afin de mettre en avant l'allaitement, vu sous différents éclairages.

7 Parlez-en autour de vous !

Que souhaitons-nous accomplir cette année ?

- Encourager les collectivités et les établissements de santé à utiliser les nouvelles technologies médiatiques pour atteindre un plus grand nombre de personnes avec des informations sur l'allaitement et les alerter sur les conflits d'intérêts qui peuvent survenir lorsque des entités qui tirent profit de la vente ou la distribution de produits sous le champ d'application du Code international de commercialisation des substituts du lait maternel se mettent à promouvoir l'allaitement maternel.
- Élargir la portée des activités de plaidoyer pour l'allaitement afin de faire participer les parties traditionnellement moins impliquées (par exemple, les jeunes, les hommes, les défenseurs de la planification familiale).
- Développer et renforcer l'enseignement des compétences en communication dans le cadre des formations en allaitement et en santé, et encourager une participation active des jeunes.
- Grâce aux réseaux, créer et augmenter des canaux de communication entre les différents secteurs afin d'améliorer l'accès aux informations sur l'allaitement et tenir compte des retours du public.
- Encourager le mentorat de nouveaux défenseurs par des experts en allaitement, et le mentorat de ceux qui découvrent l'ère de la communication, quelque soit leur âge, par des communicateurs expérimentés.
- Explorer, soutenir, reconnaître et mettre en place de façon créative des approches innovantes de communication et mettre à disposition un espace pour que les gens y développent leurs idées.



WABA N'ACCÉPTE PAS DE SUBVENTIONS NI DE CADEAUX DE LA PART DES FABRICANTS OU DES DISTRIBUTEURS DES SUBSTITUTS À L'ALLAITEMENT MATERNEL, NI D'ÉQUIPEMENTS POUR L'ALLAITEMENT, NI D'ALIMENTS POUR LES MÈRES QUI ALLAIENT, NI DE COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES. WABA ENCOURAGE TOUS LES PARTICIPANTS À LA SEMAINE MONDIALE DE L'ALLAITEMENT MATERNEL À RESPECTER ET À ADOPTER CETTE ÉTHIQUE.

Vous me parlez ?

Connexion, synergie, collaboration, partenariats : **COMMUNICATION**. Ces mots saisissent l'énergie et le pouvoir combiné du développement humain. Il y a vingt ans, au Centre d'Innocenti, un groupe de professionnels de santé et de dirigeants mondiaux ont réuni leurs forces pour une bonne cause : le soutien, la promotion et la protection de l'allaitement maternel. La Semaine Mondiale de l'Allaitement Maternel a été lancée pour commémorer la Déclaration d'Innocenti, et est devenue depuis un événement fêté par des milliers de gens de part le monde.

De nos jours, l'Internet nous permet de trouver facilement des informations sur quasiment tout. Nous utilisons les sites de réseaux sociaux pour contacter instantanément nos familles et nos amis à des milliers de kilomètres. En ce qui concerne l'allaitement, beaucoup d'informations sont disponibles par ces voies. Il ne fait aucun doute que **l'allaitement fournit aux nourrissons et aux jeunes enfants un ensemble de bienfaits**

de santé sur le plan de la nutrition et de la prévention, et fait partie des pratiques les plus durables de la planète. L'allaitement est important pour les femmes également : il facilite la perte de poids post-partum, protège contre le cancer du sein et d'autres maladies, et retarde le retour de couches et l'ovulation. Pourtant, de nombreuses régions du monde sont encore aux prises avec de faibles taux d'allaitement exclusif et des allaitements de durée insuffisante. **Pourquoi existe-il un écart entre nos connaissances et ce qui se passe réellement, et que pouvons-nous faire pour y remédier ?** Tout comme les composants du lait maternel forment un ensemble vital de nutriments et de cellules vivantes, une interaction vive et dynamique entre les gens est essentielle pour soutenir les mères qui allaitent ! Ces interactions montrent à la mère qu'elle n'est pas toute seule ! En ce qui concerne les réponses des autorités nationales et locales face aux inégalités croissantes dans le domaine de la santé et face aux difficultés économiques de leurs communautés, l'allaitement se révèle être une réponse durable, équitable et rentable à ces situations préoccupantes. Des campagnes telles que la SMAM, Healthy People 2020 aux États-Unis, la Campagne Un Million, et d'autres politiques de santé dans beaucoup de pays informent les mères que **l'allaitement EST**

possible !

Avec autant de modes de communication au bout des doigts, c'est le moment idéal pour partager et valoriser l'autonomie. Le défi est de trouver des solutions créatives et des messages parlants tout en impliquant des publics non traditionnels, tels que celui de la plus jeune génération. Les jeunes débordent d'idées, d'énergie et d'enthousiasme et jouent un rôle crucial dans l'élaboration de l'avenir de leurs communautés. Une mère a besoin de se sentir soutenue, mais ce soutien doit provenir de multiples sources et secteurs avec des messages justes et cohérents de tous ses contacts. Ce thème de la SMAM 2011 nous rappelle que l'allaitement est une expérience multidimensionnelle – une occasion de sensibilisation, un investissement dans un avenir sain, et, finalement, une manière unique de voir le monde. Rappelez-vous : pour réussir cette campagne, nous avons besoin de communiquer. Nous sommes le monde, et nous voulons savoir pourquoi l'allaitement maternel est important. **Cette année, nous demandons à chacun d'entre vous de vous exprimer à travers tous les canaux de communication qui s'offrent à vous, et de partager les messages nécessaires pour rendre autonomes chaque femme et chaque communauté, afin de réussir un allaitement maternel optimal.**



L'Alliance Mondiale pour l'Allaitement Maternel (WABA) est un réseau international d'individus et d'organisations qui se préoccupe de la protection, de la promotion et du soutien à l'allaitement maternel à l'échelle mondiale dans l'esprit de la Déclaration d'Innocenti, des Dix Liens Pour Nourrir Le Futur (Ten Links for Nurturing the Future) et de la Stratégie Mondiale de l'OMS/UNICEF sur l'Alimentation des Nourrissons et des Jeunes Enfants. Les partenaires privilégiés de WABA sont le Réseau International des Groupes d'Action pour l'Alimentation Infantile (IBFAN), La Leche League International (LLL), l'Association Internationale des Consultants en Lactation (ILCA), Wellstart International et l'Académie de Médecine pour l'Allaitement Maternel (ABM). WABA a le statut de conseiller auprès de l'UNICEF, le statut d'ONG et de conseiller privilégié auprès du Conseil Économique et Social des Nations Unies (CESNU).

WABA, BP 1200

10850 Penang, Malaisie

T 60-4-658 4816 F 60-4-657 2655

E wbw@waba.org.my

W www.waba.org.my