



MINISTRE DE LA SANTE
ET DE L'ACTION SOCIALE



Helen Keller
INTERNATIONAL

PROMOTION AGRESSIVE ET CONSOMMATION ELEVEE DES COLLATIONS COMMERCIALISEES (SNACKS) A DAKAR



CONTEXTE

La malnutrition reste un défi majeur au Sénégal où, d'après les données de l'EDS¹ 2015, 20,5% des enfants âgés de moins de cinq ans souffrent de retard de croissance et 66% souffrent d'anémie. Chez les 6-23 mois, seul un enfant sur dix (10%) répond aux normes d'évaluation d'une alimentation de complément adéquate à savoir : la fréquence minimale des repas, la diversification alimentaire minimum et la consommation de lait maternel ou d'autres laits. Durant cette phase critique d'alimentation de complément, un régime répondant à ces normes de base est nécessaire pour une croissance et un développement optimal de l'enfant.

La promotion agressive des collations commercialisées, largement disponibles sur le marché, est très préoccupante. La consommation de ces aliments à haute densité énergétique, peu nutritifs, riches en sucres, en sel ou en acides gras Trans, peut impacter négativement sur l'état nutritionnel des jeunes enfants. En effet, l'introduction précoce de ces aliments peut nuire aux pratiques optimales d'allaitement maternel mais peut également influencer les choix alimentaires à l'adolescence/âge adulte, augmentant ainsi le risque de surpoids/d'obésité et de maladies non-transmissibles liées à l'alimentation.

OBJECTIF

Helen Keller International, à travers son projet d'**Evaluation & de Recherche sur l'Alimentation Infantile (ARCH)**, a évalué, dans le département de Dakar, la consommation des collations commercialisées chez les enfants âgés de 6-23 mois mais aussi l'exposition des mères aux activités de promotion de ces aliments. Cette étude a été menée pour aider à l'élaboration de programmes et politiques visant à améliorer l'alimentation des nourrissons et des jeunes enfants à tous les niveaux global comme national.

¹ Enquête Démographique et de Santé

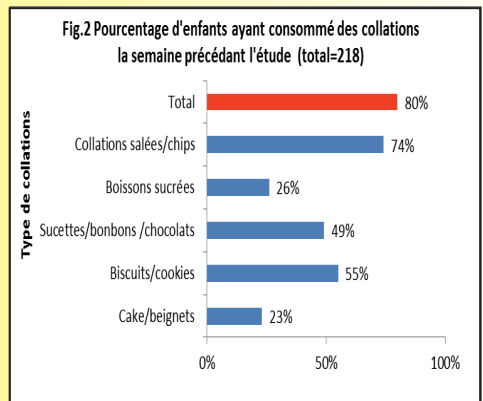
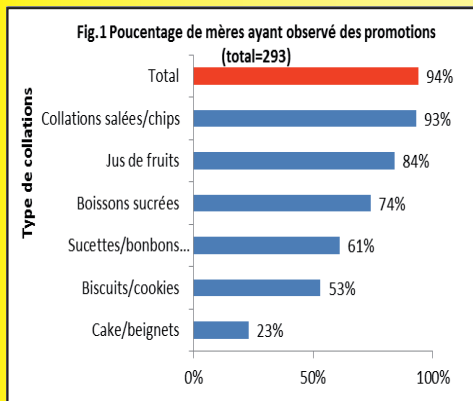
RÉSULTATS

Une large gamme de collations, sucrées comme salées, est disponible à Dakar :



Seul un tiers des enfants avait un régime minimal acceptable (défini comme la consommation d'au moins quatre groupes d'aliments. Le nombre minimum de repas dépend de l'âge et du statut de l'allaitement maternel). La **promotion** des collations commercialisées était courante à Dakar (Fig.1). Presque toutes les mères ont rapporté avoir observé des promotions de collations parmi lesquelles les chips étaient les plus promues (93%).

La **consommation** desdits aliments chez les enfants âgés de 6-23 mois était également fréquente (Fig.2). La semaine qui a précédé l'étude, la majorité de ces enfants (80%) avait consommé une collation dont les chips, rapportés précédemment comme étant les plus promus, étaient également les plus consommés (74%). L'âge de l'enfant était fortement associé à la consommation de la collation, avec une consommation plus importante chez les enfants plus âgés. La principale raison avancée par les mères était que les enfants les aiment!



IMPLICATIONS POLITIQUES

Les résultats du projet ARCH ont montré une forte consommation de collations chez les enfants âgés de 6-23 mois. Au cours de la période cruciale d'alimentation de complément, la consommation de ces aliments à forte teneur en sel, sucres et acides gras Trans, peut remplacer la consommation d'aliments plus nutritifs. Bien que la promotion de ces aliments puisse compromettre aux progrès d'amélioration de la santé et de la nutrition des enfants, la réglementation Sénégalaise ne traite pas spécifiquement cette question. A la lecture de ces résultats, le gouvernement du Sénégal peut considérer, entre autres, les recommandations suivantes afin de garantir aux enfants le meilleur départ pour la vie:

- 1) Conscientiser les mères et gardiennes d'enfants sur :**
 - a. les risques encourus pour la santé des jeunes enfants en les alimentant avec des collations commercialisées et ;
 - b. les bénéfices du lait maternel et des aliments de complément fabriqués/préparés localement.
- 2) Mettre totalement en œuvre l'ensemble des recommandations de l'OMS sur la commercialisation des aliments et des boissons non alcoolisées destinés aux enfants.** Bon nombre de stratégies devrait être mise en place pour limiter la consommation par les nourrissons et les jeunes enfants d'aliments qui ne leur conviennent pas ;
- 3) Promouvoir des collations nutritives et adéquates pendant la période d'alimentation de complément et décourager la consommation d'aliments riches en sucres, en sel et peu nutritifs ;**
- 4) Réglementer la commercialisation desdits produits aux enfants et aux mères/gardiennes d'enfants.**

Contactez-nous



Helen Keller International
122, Toundoup Rya
BP 29.898 Yoff-Dakar
Email: ARCHInfo@hki.org
Site Web: www.archnutrition.org