

Dear Mr Friedrich-Rust,

Thank you for your letter dated May 22 on the report "Let them choose". As proposed, please find below Danone's response to be published on your website.

Yours sincerely

*" We welcome the report issued by Action contre la Faim (ACF) and appreciate their acknowledgement that Danone is contributing to raising standards within the industry. We support the purposes and principles of the WHO International Code of Marketing of Breast-Milk Substitutes as well as relevant WHA (World Health Assembly) resolutions in this domain.*

*We have a strict global policy for breast-milk substitutes (BMS) marketing. We are the first, and so far the only, company that does not advertise or promote infant formula for children aged 0-6 months, anywhere in the world, even if permitted by local laws. Moreover, we have voluntarily extended our Policy to 12 months of age in several countries, above and beyond local legislation.*

*We are proud to be certified as a constituent member of the FTSE4Good Index Series, which is a recognition of our robust ethical marketing practices and rank first in ATNI on the BMS assessment. At the same time, we are conscious of the fact that we are on a continuous journey of improvement and we believe that the report is an opportunity to dialogue more broadly with civil society, UN organizations, WHO, governments and other stakeholders around the role Danone can play in supporting breastfeeding and good child nutrition."*

-----  
*" Nous avons pris connaissance du rapport d'Action contre la Faim et apprécions qu'il reconnaisse la contribution de Danone à l'amélioration des pratiques du secteur. Nous soutenons les objectifs et les principes du Code International de Commercialisation des Substituts du Lait Maternel de l'OMS, ainsi que les résolutions pertinentes qui ont été ensuite adoptées par l'AMS (Assemblée Mondiale de la Santé) à ce sujet.*

*Nous avons mis en place une politique mondiale stricte pour la commercialisation des substituts du lait maternel. Nous sommes la première et jusqu'à présent la seule entreprise à ne pas faire de publicité ni promouvoir les préparations pour nourrissons destinées aux enfants de 0 à 6 mois, partout dans le monde, même lorsque les réglementations locales le permettent, et nous avons volontairement étendu notre politique jusqu'à l'âge de 12 mois dans plusieurs pays, au-delà de la législation locale.*

*Nous sommes fiers d'être intégrés à l'indice FTSE4Good, ce qui constitue une véritable reconnaissance de la solidité de nos pratiques marketing responsables et d'être les premiers sur ce sujet Dan sale classement ATNI. En même temps, nous sommes conscients du fait que nous devons améliorer nos pratiques en continu et le rapport publié par Action contre la Faim constitue l'opportunité d'un dialogue plus large avec la société civile, les instances des Nations-Unies, l'OMS, les gouvernements et d'autres parties prenantes autour du rôle que peut jouer Danone dans le soutien à l'allaitement maternel et à une bonne nutrition infantile."*

Emmanuelle Wargon,

SVP corporate affairs, Danone