

# Mezinárodní kodex marketingu náhrad mateřského mléka

S laskavým svolením Andrey Polokové a slovenského sdružení  
na podporu kojení o.z.Mamila,

Pavlína Kallusová

Pro Katedru porodní asistence

Lékařské fakulty Masarykovy univerzity

# Marketing náhrad mateřského mléka

...má vysoký podíl na

- poklesu kojení
- předčasném dokrmováním umělým mlékem

Firmy vyrábějící umělá mléka a dětské výživy mají obrovské zisky.

# Statistiky kojených dětí

Kojené děti v Jihomoravském kraji při počtu 100 dětí při roční prohlídce

- do 6ti týdnů.....82,8%
- 6 týdnů – 2 měsíce.....81,2%
- 3 měsíce – 5 měsíců ... 75,6%
- 6 měsíců a déle ..... 65%

Nekojené děti .... 4,6%

Zdroj: Laktační liga

# Marketingová strategie se zaměřuje na

- těhotné ženy
- maminky po porodu

Marketingová strategie  
využívá zdravotníky.

# Agresivní marketingové kampaně

...vzbuzují dojem, že umělá výživa je rovnocennou náhradou kojení.

Proto byl v roce 1981 Světovým zdravotnickým shromážděním (WHA) přijat Mezinárodní kodex marketingu náhrad mateřského mléka.

# Mezinárodní kodex marketingu náhrad mateřského mléka

---

... jako prostředek ochrany zdraví dětí na celém světě.

Jeho účelem je:

- chránit společnost před agresivním marketingem společností vyrábějící umělá mléka.

Veškeré služby v systému  
péče o matku a dítě by  
měly být v souladu s  
Mezinárodním kodexem  
marketingu náhrad  
mateřského mléka.

# Reklamní kampaně některých firem

... mají za následek

- ústup kojení v mnoha zemích.

Mají následný dopad a vliv

- na zdraví dětské – lidské populace.



# Znění kodexu bylo vypracované

... po zasedání se zástupci vlád jednotlivých států

- Světovou zdravotnickou organizací
- Dětským fondem Organizace spojených národů UNICEF

Za přítomnosti

- zdravotnických institucí
- mimovládních organizací
- představitelů potravinářského průmyslu

# Právní závaznost kodexu

- Kodex je pouze doporučení
- Kodex není právně závazný

# Kodex ...

... kromě jiného zakazuje propagovat výrobky, které jsou jeho předmětem.

# Předmětem kodexu jsou

nejen umělá mléka pro děti do 6.ti měsíců,  
ale také

- pokračovací mléka
- lahve
- dudlíky
- kojenecké vody
- kloboučky na kojení
- dětské džusy
- čaje
- roztoky glukosy
- obilné kaše

# Žádné potraviny určené pro děti...

...nesmí být propagované způsobem, který by ohrožoval kojení.

Marketingoví obchodníci nesmí vyhledávat kontakt s těhotnými ženami nebo s matkami malých dětí.

# Nepřípustné jsou i ostatní formy marketingu

- reklamní zásilky
- letáčky, zásilky
- brožurky
- plakátky
- vzorky výrobků
- kupóny
- dárky
- videonahrávky

# Potravinářské koncerny

... ví, že jediný způsob, jak zvýšit odbyt umělých mlék, je přesvědčit maminky, aby místo kojení raději kupovali umělou výživu!

... jsou si vědomé jejich katastrofálního dopadu na zdraví u miliónů dětí na celém světě.

# UNICEF odhaduje, že

...optimální způsob výživy – časné a výlučné kojení s vhodným doplňkovým krmením by předešlo zhruba dvěma miliónům úmrtí dětí ročně.

[www.imbci.org](http://www.imbci.org)



# Potravinářské koncerny

... vyrábějící umělá mléka se zařazují do  
tzv. Three Killing Industries  
(tři zabíjející průmyslová odvětví)  
- spolu s výrobou zbraní a tabákových  
výrobků.

# Principy kodexu byly zpracované do mezinárodních dohod

Jedna z nich je Deklarace Innocenti, kterou schválilo Světové zdravotnické shromáždění.

- některé její části byly přijaté do direktiv EU,
- jejíž prostřednictvím je možné principy kodexu přenést i do zákonů členských států EU.

# Slovensko přijalo v roce 2001 zákon

... regulující alespoň částečně marketing umělého mléka.

V roce 2009 proběhla jeho novelizace.

# Než česká vláda

... zaujme postoj k této vážné problematice, můžeme začít u sebe. Musíme o problému veřejně hovořit!

# Monitorování dodržování kodexu

...není jen záležitostí státních orgánů

**Přispět může každý občan!**

O to více odborník na výživu dětí, kterému není lhostejné, že bohatí lidé pro svoje sobecké zájmy obětuji zdraví a životy miliónů dětí na celém světě!

# Musíme zaujmout zodpovědný přístup

Jako zdravotníci, odborníci na kojení a  
výživu dětí,  
bychom **neměli zprostředkovávat reklamu**  
a reklamní prezentace firem vyrábějící  
umělá mléka a další výrobky, které jsou  
předmětem kodexu.

# Nezpomínejeme, že kodex se ale týká také

- Lahví
- Dudlíků
- Příkrmů
- Piškotů, sušenek
- Dětských čajů
- Letáků
- Brožur
- Dárků

# Rozhodněme se svobodně a informovaně

Je důležité matkám poskytovat takové  
informace, které jsou v souladu s  
Kodexem.



# Upozorňujme média

... časopisy, webové stránky, které informují maminky, aby si uvědomily svoji zodpovědnost vůči kodexu i když jej zatím česká vláda nepřijala.

Argumenty o potřebě financí neobstojí.

# Musíme se postavit tomu, čemu skutečně věříme

Co takhle do časopisu pro maminky  
umístit reklamu na cigarety?

Že jsme se zbláznili?

Určitě jistě řekneme, že ne!

Není to tak dávno, co mnohé časopisy žily  
z reklamy na cigarety a alkohol.

Nyní umístit reklamu na cigarety a alkohol  
již žádnou redakci časopisu ani  
nenapadne!

# Jestliže poradkyně a zdravotníci

...radí maminkám proti kodexu, ničí celou snahu ostatních o změnu, protože matou veřejnost a ukazují vlastníkům médií, že „porušování kodexu vlastně nevadí“.

# Zkusme podporu kojení posunout do nové fáze

.... stejně, jako na Slovensku.

Do fáze, kdy nebudeme dělat kompromisy!

# Hledejme řešení!

## Komunikace s médii:

- vyjadřování nesouhlasu s produkty, které odporují kodexu
- apelování na ministerstvo zdravotnictví
- oslovování poslanců, senátorů, aby pochopili význam kodexu.

**Táhněme všichni za jeden  
provaz!**

# Děkujeme všem za pozornost

... za investici

- časovou
- i finanční

Těšíme se na další setkávání s vámi!

Kolektiv pracovníků Centra naděje a  
pomoci o.s., Brno