**Více než polovina rodičů a těhotných žen je vystavena agresivnímu marketingu náhrad mateřského mléka**

*Nová zpráva podrobně popisuje škodlivé praktiky, které používá 55miliardový průmysl vyrábějící náhrady mateřského mléka, přičemž ohrožuje výživu dětí a porušuje mezinárodní závazky*

**ŽENEVA/NEW YORK, 22. února 2022** – Podle nově zveřejněných dat WHO a UNICEF více než polovina rodičů a těhotných žen uvedla, že jsou na ně cíleny marketingové aktivity společností vyrábějících náhrady mateřského mléka, které jsou z velké části v rozporu s mezinárodními normami pro kojeneckou výživu.

Zpráva *Jak marketing náhrad mateřského mléka ovlivňuje naše rozhodování výživě kojenců* ([How marketing of formula milk influences our decisions on infant feeding](https://www.unicef.org/documents/impact-bms-marketing)) vychází z rozhovorů s rodiči, těhotnými ženami a zdravotnickými pracovníky z osmi zemí. Odhaluje systematické a neetické marketingové strategie, které používá 55miliardový průmysl vyrábějící náhrady mateřského mléka k ovlivnění rozhodování rodičů o tom, jak budou krmit své kojence.

Zpráva uvádí, že marketingové techniky tohoto průmyslu zahrnují neregulované a invazivní zaměření na cílové skupiny v on-line prostředí, sponzorované poradenské sítě a linky pomoci, propagační akce, dárky a praktiky, které ovlivňují odbornou přípravu zdravotnických pracovníků a doporučení, kterých se jim dostává. Sdělení, která rodiče a zdravotničtí pracovníci dostávají, jsou často zavádějící a vědecky nepodložená. Porušují také Mezinárodní kodex marketingu náhrad mateřského mléka (dále jen Kodex) – významnou dohodu v oblasti veřejného zdraví přijatou Světovým zdravotnickým shromážděním v roce 1981. Ta by měla fungovat jako ochrana matek před agresivními marketingovými praktikami používanými průmyslem produkujícím dětskou výživu.

*„Tato zpráva zcela jasně ukazuje, že marketing náhrad mateřského mléka je i nadále nepřijatelně rozšířený, zavádějící a agresivní,“* uvedl Dr. Tedros Adhanom Ghebreyesus, předseda WHO*. „V zájmu ochrany zdraví dětí je třeba urychleně přijmout a prosazovat předpisy týkající se škodlivého marketingu.“*

V rámci zprávy byl proveden průzkum mezi 8 500 rodiči a těhotnými ženami a 300 zdravotnickými pracovníky ve městech v Bangladéši, Číně, Mexiku, Maroku, Nigérii, Jihoafrické republice, Velké Británii a Vietnamu. Data ukázala, že marketingu náhrad mateřského mléka je vystaveno 84 % všech dotazovaných žen ve Velké Británii, 92 % žen ve Vietnamu a 97 % dotazovaných v Číně, což zvyšuje pravděpodobnost, že se rozhodnou pro náhradu mléka.

*„Nepravdivá a zavádějící sdělení o náhradách mateřského mléka představují podstatnou překážkou pro kojení, o kterém víme, že je pro děti a matky nejlepší,“* uvedla výkonná ředitelka UNICEF Catherine Russellová. *„Potřebujeme silnou politiku, legislativu a investice do kojení, abychom zajistili, že ženy budou chráněny před neetickými marketingovými praktikami a že budou mít přístup k informacím a podpoře, kterou potřebují pro výchovu svých rodin.“*

Ve všech zemích, které byly zapojeny do průzkumu, ženy vyjádřily silné přání výlučně kojit, a to od 49 % žen v Maroku až po 98 % žen v Bangladéši. Zpráva však podrobně popisuje, jak trvalý tok zavádějících marketingových sdělení posiluje mýty o kojení a mateřském mléku a podkopává důvěru žen v jejich schopnost úspěšně kojit. Mezi tyto mýty patří nutnost náhrad mateřského mléka v prvních dnech po narození nebo nedostatečnost mateřského mléka pro výživu kojenců. Rozšířené je také tvrzení, že určité složky těchto kojeneckých výživ prokazatelně zlepšují vývoj dítěte nebo jeho imunitu, či názor, že umělé mléko udržuje kojence déle syté a kvalita mateřského mléka se časem snižuje.

Kojení během první hodiny po narození následované výlučným kojením po dobu šesti měsíců a soustavným kojením až do dvou let nebo déle představuje účinnou obranu proti všem formám špatného stravování dětí, včetně podvýživy a obezity. Kojení také funguje jako první očkování dětí, které je chrání před mnoha běžnými dětskými nemocemi. U žen také snižuje budoucí riziko cukrovky, obezity a některých forem rakoviny. Na celém světě je však výlučně kojeno pouze 44 % dětí mladších 6 měsíců. Celosvětová míra kojení se za posledních dvacet let zvýšila jen velmi málo, zatímco prodej náhrad mateřského mléka se za přibližně stejnou dobu více než zdvojnásobil.

Zpráva uvádí alarmující skutečnost, že velké množství zdravotnických pracovníků ve všech zemích bylo osloveno výrobci náhrad mateřského mléka. Ti následně ovlivnili, co budou tito pracovníci doporučovat novopečeným matkám. Výrobci upevňovali svůj vliv prostřednictvím darovaných reklamních předmětů, bezplatných vzorků, financováním výzkumů, placených setkání, událostí a konferencí, a dokonce i provizí z prodeje, což přímo ovlivňuje rozhodování rodičů o způsobu výživy. Více než třetina dotázaných žen uvedla, že jim zdravotnický pracovník doporučil konkrétní značku náhrady mateřského mléka.

V zájmu řešení těchto problémů WHO, UNICEF a partneři vyzývají vlády, zdravotnické pracovníky a průmysl vyrábějící dětskou výživu, aby ukončili zneužívání marketingu mateřského mléka a plně zavedli a dodržovali požadavky Kodexu. V rámci toho je třeba:

* přijmout, sledovat a prosazovat právní předpisy, které zabrání propagaci náhrad mateřského mléka v souladu s Mezinárodním kodexem, včetně zákazu tvrzení týkajících se výživových údajů a zdraví ze strany průmyslu vyrábějícího umělou mléčnou výživu,
* investovat do politik a programů na podporu kojení, včetně dostatečné placené rodičovské dovolené v souladu s mezinárodními normami a zajištění kvalitní podpory kojení,
* vyžadovat, aby se průmysl po celém světě veřejně zavázal k plnému dodržování Kodexu a následných usnesení Světového zdravotnického shromáždění,
* zakázat zdravotnickým pracovníkům přijímat sponzorské dary, stipendia, ocenění, granty, pozvání na setkání nebo události od společností, které obchodují s potravinami pro kojence a malé děti.

# # #

Celé znění zprávy v anglickém jazyce je ke stažení [zde](https://www.unicef.org/documents/impact-bms-marketing).

**O výzkumu**

Tento systematický a meziregionální výzkum byl WHO a UNICEF zadán v Bangladéši, Mexiku, Maroku, Nigérii, Jihoafrické republice, Velké Británii, Vietnamu a v Číně, přičemž studii naplánovalo a realizovalo specializované výzkumné oddělení společnosti M&C Saatchi.

Kromě rozhovorů s rodiči, zdravotnickými pracovníky a cílovými skupinami výzkum zahrnoval dílčí soubor hloubkových rozhovorů s vedoucími pracovníky v oblasti marketingu v Číně, což umožnilo nahlédnout do vyvíjející se taktiky společností vyrábějících umělou mléčnou výživu na klíčovém, nově se rozvíjejícím trhu.

Umělá mléčná výživa a tabák jsou jediné dva produkty, na které existují mezinárodní doporučení pro zákaz marketingu, v tomto případě prostřednictvím [Mezinárodního kodexu](https://apps.who.int/iris/handle/10665/40382) marketingu náhrad mateřského mléka.

**Pro více informací kontaktujte:**

**V UNICEF***Helen Wylie*, UNICEF New York, tel.: +1 917 244 2215, hwylie@unicef.org

*Lenka Čtvrtečková*, UNICEF Česká republika, tel.: +420 606 086 970, lctvrteckova@unicef.cz

**Ve Světové zdravotnické organizaci (WHO)***Laura Keenan*, WHO Ženeva, tel.: +41 79 500 65 64, keenanl@who.int
*Carla Drysdale*, WHO Ženeva, drysdalec@who.int nebo mediainquiries@who.int

**O UNICEF**

UNICEF (Dětský fond OSN) pracuje ve 193 zemích světa, kde dětem zajišťuje zdravotní péči, výživu, pitnou vodu a hygienu, základní vzdělání pro všechny chlapce i dívky a ochranu před násilím a zneužíváním. UNICEF je jediná organizace OSN, jejíž činnost je financována výhradně z dobrovolných příspěvků. Na programy pomoci dětem jde 89,3 % všech získaných prostředků.

**O světové zdravotnické organizaci (WHO)**

Světová zdravotnická organizace zajišťuje celosvětové vedení v oblasti veřejného zdraví v rámci systému OSN. WHO byla založena v roce 1948 a spolupracuje se 194 členskými státy napříč šesti regiony a ze 149 kanceláří, aby podporovala zdraví, udržovala svět v bezpečí a sloužila zranitelným. Naším cílem pro období 2019–2023 je zajistit, aby o miliardu více lidem byla k dispozici všeobecná zdravotní péče, aby o miliardu více lidí bylo chráněno před krizovými situacemi ve zdravotnictví a aby bylo další miliardě lidí zajištěno zdraví a dobré životní podmínky.