



De WHO code

Inleiding

Als lactatiekundige IBCLC horen wij ons te houden aan de Internationale Code voor het op de Markt brengen van Vervangingsmiddelen voor Moedermelk (International Code of Marketing of Breastmilk Substitutes). Het doel van deze Code is een bijdrage te leveren aan het verschaffen van veilige en adequate voeding voor zuigelingen, door bescherming en bevordering van borstvoeding en door het waarborgen van juist gebruik van vervangingsmiddelen voor moedermelk, wanneer deze nodig zijn, op basis van adequate informatie en door gepaste marketing en distributie.

Voor een volledige uiteenzetting zie de documenten bij de bronnen.

De Code is van toepassing op de marketing, alsmede op de daarmee samenhangende activiteiten, van de volgende producten:

- vervangingsmiddelen voor moedermelk, waaronder kunstmatige zuigelingenvoeding
- andere melkproducten, voedingsmiddelen en dranken, met inbegrip van aanvullende voeding uit de fles wanneer deze op de markt worden gebracht of op andere wijze gepresenteerd, als zijnde geschikt, al dan niet na aanpassing, voor gebruik als gedeeltelijke of volledige vervanging van moedermelk,
- flessen en spenen.

Do's en dont's voor de IBCLC

Do's (aanbevelingen)

- het geven van borstvoeding aanmoedigen en beschermen
- de Code ondersteunen en waar nodig uitleg geven
- misser op je werk, in een vakblad, in een advertentie, op congressen of symposia, of via reclame melden bij de stichting babyvoeding
- informatie over de Code vermelden op je website. Zie voorbeeld
- kritisch nadenken over aanwezigheid als deelnemer of spreker op een evenement waarbij de Code overtreden wordt (aanwezigheid is wel toegestaan volgens de IBCLC)
- korte informatie over de Code in je presentaties verwerken
- inzetten van producten ter ondersteuning van de borstvoeding, ook als dat flessen of spenen betreft

Dont's

- geen giften aannemen
- geen reclame maken voor producten die onder de code vallen
- informatie over of van WHO code overtreders niet delen op sociale media

Voorbeeld

Je mag wel:

Een kolf verkopen van een merk dat de WHO-code schendt.

Je mag niet:

Reclame maken voor diezelfde kolf; dus geen korting geven erop, maar ook deze niet expliciet aanprijzen op je site.

Hoe weet je of een merk WHO-code conform is?

Voorbeeldtekst voor op je website



De WHO-code heet voluit de 'Internationale Gedragscode voor het op de markt brengen van vervangingsmiddelen voor moedermelk'.

Het betekent dat ouders zelf een keuze moeten kunnen maken voor de voeding van hun kind, zonder beïnvloeding van commerciële partijen. Dankzij de WHO-code is in Nederland de reclame voor babyvoeding onder zes maanden aan banden gelegd. De WHO-code is uitgebreider dan de Nederlandse Warenwet of de Europese wet- en regelgeving.

Ik houd/mijn bedrijf houdt zich aan de WHO-code in de meest uitgebreide vorm.

Ik onderschrijf/wij onderschrijven de WHO-code van harte. Daarom werk ik/werken wij alleen maar met merken en producten van bedrijven die zich ook aan de WHO-code houden.

OF

Ik werk/wij werken echter niet alleen met merken en producten van bedrijven die zich aan de WHO-code houden. Dit is de reden dat ik voor sommigen merken geen reclame zal maken.

De WHO-code wil:

- borstvoeding beschermen en bevorderen
- dat ouders de juiste en voldoende voorlichting krijgen
- dat vervangingsmiddelen voor moedermelk - wanneer nodig - juist worden gebruikt
- dat richtlijnen voor de verkoop van en reclame voor babyvoeding worden nageleefd

De WHO code is in het Nederlands te lezen.

Bronnen

<https://www.unicef.nl/media/3388597/who-code.pdf>

<http://stichtingbabyvoeding.nl/tag/who-code/>

<http://ibfan.org/fact-monitoring-overview-reports>

<http://www.borstvoedingsraad.nl/siteAssets/PDF/Instrument%20weegpunten%20sponsoring.pdf>

<http://iblce.org/wp-content/uploads/2013/08/code-of-professional-conduct.pdf>

<http://iblce.org/wp-content/uploads/2013/08/code-of-professional-conduct-faqs.pdf>