

قانون بین المللی بازاریابی جایگزینی شیرمادر

1400/5/30

1: هیچ نوع تبلیغاتی از هر نوع مواد و تولیدات نباید در
عموم صورت بگیرد
بازاریاب شیرمصنوعی اجازه ورود به بیمارستان دوستدار
کودک را ندارد.



2: نمونه رایگان نباید به مادران داده شود که با
اینکار باعث ایجاد علاقمندی در مادران در
زمینه تغذیه با شیر خشک گردند.

3:تبلیغات تولیدات ، نباید در مراکز بهداشتی و سلامتی شامل پخش نمونه های رایگان و یا پخش مواد تولیدی با نرخ کم باشند.

4: هیچ نماینده از شرکت های تولیداتی شیرهای
فرمولا حق توصیه دهی به مادران را ندارند.

5: هیچ نوع هدیه یا نمونه رایگانی از سوی شرکت ها نباید به کارمندان مراکز درمانی و بهداشتی داده شود.



6: در داروخانه های دوستدار کودک، هیچ نوع تصویر یا کلمه هایی در مورد ترویج فرهنگ فرمول خوری روی بطری ها یا محفظه های مربوط به غذای کودک نباشد.



7: اطلاعات به کارکنان مراکز درمانی باید
علمی و درست و دقیق باشد و مطابق با قوانین
دستدار کودک باشد.



8: تمام اطلاعات درج شده روی غذاهای مصنوعی
نوزاد ها باید و حتما اطلاعاتی در مورد سلامتی
مزایا و هزینه های کمتر شیردهی و زیان ها و
هزینه هایی که شیردهی مصنوعی به بار میاوردند
داشته باشند.

9: محصولات و تولیدات غیر قابل قبول همانند
شیر های خشک و یا شیر های غلیظ شیرین شده
نباید برای کودکان تبلیغ شود.

10: تولیدکننده ها و پخش کننده ها باید در همه حال با قوانین کد بین المللی خود را سازگار سازند. و تابع اصول بیمارستانهای دوستدار کودک باشند.

باتشکر از همراهی شما

