

De Stichting Baby Voeding stelt zich voor

Op 16 december 2003 werd de Stichting Baby Voeding (SBV) opgericht. In dit eerste dunne nummer van 'De Code' stellen we ons voor.

Kort gezegd is het doel van de stichting: de bescherming en ondersteuning van borstvoeding en optimale zuigelingenvoeding door de implementatie van de internationale WHO code en de daarop volgende, relevante resoluties van de Wereldgezondheidsraad. Mooie woorden, maar wat wil de stichting dan eigenlijk?

Een belangrijk punt op de agenda van de SBV is het in de gaten houden of alle partijen in Nederland de **Internationale gedragscode voor het op de markt brengen van vervangingsmiddelen voor moedermelk en de daaropvolgende WHA resoluties** (kortweg 'de WHO code') respecteren. In 1981 werd deze Code door de World Health Assembly (waarin onder andere kunstvoedingfabrikanten en overheden participeren) aangenomen als een 'minimum requirement', een minimale vereiste, om de gezondheid van kinderen te beschermen. De WHA stelde dat de WHO code 'in zijn geheel' geïmplementeerd moest worden. Dit betekent dat ook Nederland, als lidstaat die de resolutie ondertekende, gehouden is om de WHO code op te nemen in de nationale wetgeving. Wie echter een willekeurige supermarkt of drogist in Nederland binnenstapt, ziet meteen dat dat niet is gebeurd: lachende babygezichtjes komen je tegemoet vanaf de vier-maanden-potjes en folders leggen uitgebreid uit welke nieuwe innovatie de kunstvoeding nu nóg beter heeft gemaakt. Nederland heeft de WHO code slechts minimaal overgenomen in de wetgeving en de kunstvoedingfabrikanten maken daar graag gebruik van.

Om onze regering en de Europese Unie ervan te overtuigen dat de WHO code beter moet worden opgenomen in de wet- en regelgeving, houdt de SBV door haar geconstateerde overtredingen van deze Code bij. Door bij te houden hoe kunstvoedingfabrikanten nog steeds handelen, hopen we de wetmakers te laten zien wat er allemaal nog mankeert en ze te overtuigen van de noodzaak tot verbetering. Maar ook internationaal zullen onze bevindingen mee gaan tellen, wanneer de internationale koepel waarbij de SBV is aangesloten, IBFAN, haar rapport, 'Breaking the Rules' uitbrengt. Daarin worden ook de Nederlandse bevindingen meegenomen.

Wat de IBFAN en de SBV niet willen, is dat kunstvoeding verboden wordt. Dit wordt soms verkeerd begrepen, dus om misverstanden te voorkomen zeggen wij het nog maar even: we zijn niet tegen kunstvoeding. Slechts de marketing ervan moet aan regels voldoen, zodat ouders hun keuzes op basis van correcte en objectieve informatie kunnen maken. De code is er, om de gezondheid van hun kinderen te beschermen.

In het verleden deed met name de stichting Wemos dit werk in Nederland. Eind 2002 besloot Wemos zich alleen nog maar op derdewereldlanden te richten, dus er viel een 'gat' in Nederland. Dit wordt nu langzamerhand ondervangen door de SBV. Wie meer wil weten over het werk van de SBV, kan via Internet kijken op bijvoorbeeld www.ibfan.org. Wemos heeft over de WHO code ook een handig boekwerkje gemaakt: 'WHO code en Warenwet in 8 hoofdpunten'.

Breaking the Rules, Stretching the Rules 2004

Om de drie jaar publiceert IBFAN een rapport over het naleven van de 'Internationale gedragscode voor het op de markt brengen van vervangingsmiddelen voor moedermelk' en de relevante WHA resoluties.

Het nieuwste rapport is gebaseerd op bewijs dat is verzameld tussen januari 2002 en april 2004. In 2004 is Breaking the Rules (BTR) voor het eerst gemaakt met behulp van Standaard IBFAN Monitoring (SIM). Hierbij wordt gebruik gemaakt van standaardformulieren. Deze formulieren kunnen door iedereen ingevuld worden zodat het niet meer nodig is medewerkers speciaal aan te wijzen.

De resultaten werden verzameld, gecontroleerd en vertaald door vier centra in Europa, Latijns Amerika en Azië. Vervolgens werden ze in een grote database ingevoerd en werden de gegevens feitelijk en wettelijk gecontroleerd door

(zie verder pagina 4)

De Code is een uitgave van:



Nederlandse bedrijven schenden de Code

In april van dit jaar verscheen de publicatie 'Breaking the Rules, Stretching the Rules 2004'. In dit rapport worden overtredingen van kindervoedingfabrikanten beschreven. Helaas staat het ook vol met overtredingen door Nederlandse bedrijven. De Vereniging van Nederlandse Fabrikanten van Kinderen Dieetvoedingsmiddelen (VNFKD) stelt op haar website dat de vermelding van haar leden in het rapport onterecht is en haalt daarbij flink uit naar IBFAN.

Volgens de VNFKD onderschrijven haar leden de WHO code. De VNFKD stelt tevens dat de fabrikanten zich houden aan de op de WHO code gebaseerde Europese en Nederlandse wetgeving. Het is echter een feit dat de WHO code helaas slechts gedeeltelijk is opgenomen in deze wetgeving. Het deel van de WHO code dat niet in de wet is opgenomen, wordt door de VNFKD gemakshalve buiten beschouwing gelaten. Stichting Baby Voeding en IBFAN kunnen hieruit niet anders concluderen dan dat de fabrikanten zich niet aan de WHO code houden, in tegenstelling tot de met hen gemaakte afspraken. Overigens komt uit het bovenstaande ook de noodzaak naar voren van uitbreiding van de Europese en Nederlandse wetgeving.

WHA resolutie 54.2 (2001) bevat de volgende tekst: *"to strengthen activities and develop new approaches to protect, promote and support exclusive breastfeeding for six months as a global public health recommendation, taking into account the findings of the WHO expert consultation on optimal duration of exclusive breastfeeding, ... and to provide safe and appropriate complementary foods, with continued breastfeeding for up to two years of age or beyond"* In deze resolutie wordt aanbevolen dat baby's zes maanden uitsluitend borstvoeding krijgen, waarna de borstvoeding, naast de aanvullende voeding, wordt voortgezet tot twee jaar en langer. Dit houdt in dat er op geen enkele manier reclame gemaakt mag worden, voor voeding voor kinderen beneden de zes maanden.

In WHA resolutie 49.15 (1996) staat: *"to ensure that complementary foods are not marketed for or used in ways that undermine exclusive and sustained breastfeeding"*

Opvolgmelk wordt door de fabrikanten aangeprezen als vervanger voor borstvoeding na de leeftijd van vier tot zes maanden. Dit blijkt onder andere uit reclameteksten waarin voortdurend wordt gepronkt met het feit dat de opvolgmelk nu nog meer op borstvoeding lijkt. De kunstvoedingindustrie ondermijnt daarmee het voortzetten van de borstvoeding tot 24 maanden en langer. Uit onderzoek

is gebleken dat baby's in ontwikkelde landen tot de leeftijd van zes maanden geen ander voedsel nodig hebben dan borstvoeding. Ook de mondmotoriek is voordat de baby zes maanden oud is nog niet klaar voor vast voedsel.

Mochten de ouders in de overgangperiode behoefte hebben aan informatie, dan kunnen ze daarvoor terecht op het consultatiebureau. Het is niet aan de kunstvoedingsindustrie om deze informatie te verschaffen.

Daarnaast kan er nog worden opgemerkt dat de leden van de VNFKD meer en meer rechtstreeks contact zoeken met ouders. Dit gebeurt veelal door mailings. Deze arriveren vaak reeds als het kindje nog geboren moet worden of slechts een paar weken oud is. In de mailings wordt regelmatig gesproken over het afbouwen van de borstvoeding. De kunstvoedingsfabrikanten richten zich bewust op onzekere borstvoedende moeders van zeer jonge baby's in de hoop hun 'maagaandeel' te vergroten.

Uiteraard is het van belang dat kindjes die geen borstvoeding kunnen krijgen een zo goed en veilig mogelijk alternatief krijgen. Keuzes die hierbij gemaakt worden dienen echter gebaseerd te zijn op feitelijke en wetenschappelijke informatie, en niet op de gekleurde informatie uit advertenties en dergelijke.



In februari vertelde Nutricia trots aan de pers dat ze in China bij haar babyvoeding een CD met in het Chinees vertaalde liedjes van Kinderen voor Kinderen zou gaan weggeven. Met deze liedjes "hebben we goud in onze handen", zei de directeur van Nutricia China in februari op het RTL4 nieuws.

Deze promotiecampagne, zou in maart beginnen. In een zogeheten 'Nutricia Alert¹' van het International Code Documentation Centre (ICDC) werd het bedrijf gewaarschuwd dat de publiciteitscampagne strijdig was met zowel de Chinese wet als de Internationale code voor marketing van vervangingsmiddelen van moedermelk. Zowel de WHO code als de Chinese regelgeving verbiedt cadeautjes aan moeders, omdat deze borstvoeding ondermijnen.

Numico, het moederbedrijf van Nutricia, antwoordde dat er een "misverstand" was, dat de promotie alleen "activiteiten die buiten de categorie borstvoeding vervangers valt" zou betreffen en "In geen enkel land zou Numico adverteren of promotionele activiteiten ontwikkelen voor starter infant formula, bedoeld voor baby's jonger dan 6 maanden".

Maar in juni 2004 kreeg een moeder in China de CD in een supermarkt toen ze een blik van NUMICO's 'Kus mijn baby 1' kocht, de zuigelingenvoeding voor baby's van 0-6 maanden. Het was duidelijk een prikkel om een moedermelkvervangingsmiddel van Nutricia te kopen. Een andere moeder in Peking, wier baby net drie maanden oud was, had gehoord over de leuke liedjes die Nutricia wegaf en belde het gratis informatienummer van het bedrijf. Binnen een week ontving ze de CD.

De Alert die het IBFAN dankzij de opmerkzaamheid van vrijwilligers van de Stichting Baby Voeding kon maken, vertraagde de campagne. Honderden e-mails aan NUMICO maakten duidelijk dat de consument ze in de gaten hield. Het AD pikte het nieuws op: "Ontzettende pech, er is verwarring ontstaan.", zei de directeur



Nutricia in China

van Nutricia China in maart in een interview: "Wij zetten de CD in bij het verkopen van babyvoeding voor zuigelingen vanaf zes maanden, niet bij onze producten voor de eerste fase van zuigelingen voeding."

Maar dat is precies wat zijn verkopers wél deden toen ze de moeders in juni CD's gaven. Op het hoesje van de CD staat reclame voor het merk Kus mijn baby, zelfs het koor heet "Kus mijn baby". Op de hoes staat een blik 'Fase 3' zuigelingenvoeding, maar dit ziet er precies zo uit als 1 en 2 en maakt zo automatisch reclame voor alle drie. Deze CD werd bij een blik 'fase 1' cadeau gedaan aan een moeder met een baby van minder dan zes maanden oud. Op het hoesje van de CD staat ook dat Nutricia al honderd jaar slimmere baby's maakt. In China is dit belangrijk, omdat het de geloofwaardigheid van traditie geeft. Het luisteren naar de liedjes zou baby's doen ontspannen en ze intelligenter maken, nogmaals een manier om op Chinese waarden in te spelen.

Nutricia werd zeker voorzichtiger na de Alert, maar ze wist ook dat toezicht op dit soort praktijken in China moeilijk is en dat is precies waarom het een 'gouden' kans was voor Nutricia, te goed om voorbij te laten gaan. Misschien nam ze een gok, niet verwachtend dat IBFAN ze op heterdaad zou betrappen? Het verslag van deze twee moeders is het topje van de ijsberg, want in de NRC vertelde de componist Tonny Eyk naar aanleiding van ons persbericht dat er al tegen de 100.000 CD's zijn weggegeven.

De borstvoedingcijfers zijn in China de afgelopen zes jaar enorm afgenomen, vooral op het platteland. Een van de redenen voor deze scherpe daling is de publiciteit voor de 'moderne' westerse babymelk. Lokale bedrijven profiteren, soms met nep-melkpoeder, mee van deze grote nieuwe markt. Wij dringen er bij de Chinese overheid op aan om haar wetten te handhaven en actie te ondernemen tegen de lukrake promotie van vervangingsmiddelen voor moedermelk. En bij Numico om zich daadwerkelijk te houden aan de WHO code en de daarbij behorende resoluties, ook in landen waar de wetgeving nog niet zo streng is als de WHO code en de relevante resoluties.

"Het gebruik van populaire Nederlandse kinderliedjes om de omzet in China te verhogen is zakelijk gezien misschien een slimme techniek", zegt Annelies Allain, coördinator van het ICDC, "maar het bedrijf zet Nederland te schande. Nutricia weet dat ze met haar reclame direct concurreert met borstvoeding - ze heeft de Chinese wet gebroken, de Code gebroken en haar beloftes gebroken. Nutricia moet zich schamen."

¹ Zie onze website www.babyvoeding.org

De geboorte van een prinsesje

De geboorte van het prinsesje Amalia was – heel begrijpelijk – voor veel fabrikanten aanleiding om in een speciale advertentie aandacht voor hun babyproducten te vragen. Ook fabrikanten van



zuigelingenvoeding deden dit. Ze hielden zich hierbij nauwlettend aan de Nederlandse Warenwetregeling Zuigelingenvoeding, maar laptten de

WHO code en de daarbij behorende resoluties aan hun laars.

‘Vorstvoeding’, een advertentie voor NAN 2 zuigelingenvoeding, verscheen een maand na de geboorte van Amalia. Het is duidelijk dat de vorstelijke baby nog lang niet aan opvolgmelk toe was.

Nutricia bood op haar website grappige oranje pantoffeltjes aan bij aankoop van 10 Nutricia producten en een speciaal verrassingspakket voor ouders van baby's die ook op 7 december 2003 geboren zijn. Nutricia sloot wel zoals

de Nederlandse wet verplicht de 1-voedingen van deelname uit, maar óók opvolgmelk valt onder de WHO code.



Breaking the Rules 2004

(vervolg van pagina 1)
het International Code Documentation Centre (ICDC). Hier werden de overtreding ook gesorteerd per bedrijf, land en soort overtreding.

In totaal werden er meer dan 3000 rapporten ontvangen uit 69 landen.

Nestlé is wederom het bedrijf met de meeste overtredingen van de code. Sinds kort brengt Nestlé ook in Nederland babyvoeding op de markt.

Ook van de Nederlandse bedrijven Friesland (Friesland Coberco Dairy Foods) en Nutricia (Royal Numico) werden vele overtredingen van de code gerapporteerd.

Het volledige rapport is te downloaden vanaf de IBFAN website: www.ibfan.org/english/codewatch/btr04/btr04contents.html

De Stichting Baby Voeding werkt geheel op basis van vrijwilligers. Als jonge stichting verwelkomen wij graag extra handen. Op dit moment zoeken we in het bijzonder mensen die zich willen inzetten als penningmeester, medewerker aan deze nieuwsbrief, of archivaris/materiaalbeheerder, maar er zijn nog genoeg andere klusjes die wachten op een enthousiaste uitvoering.

Vrijwilligers

Ontvang de Code thuis

In dit eerste exemplaar van ‘de Code’ stelt de Stichting Baby Voeding zich voor. Vanaf 2005 zal de Stichting tweemaal per jaar een nieuwsbrief uitgeven waarin donateurs op de hoogte gehouden worden van wat er in Nederland speelt op het gebied van de WHO code en de relevante resoluties.

U ontvangt de nieuwsbrief als u zich aanmeldt als donateur. Dit kost slechts € 10,- per jaar.



Hierbij meld ik me tot wederopzegging aan als donateur van de Stichting Baby Voeding.

Naam:

Adres:

Postcode en woonplaats:

e-mail:

Ik wil me ook graag inzetten als vrijwilliger

Stichting Baby Voeding



8 7 NL - DE CODE 0 1