

# كد بين المللى بازاريابي جا نشين شونده هاى شيرمادر

International Code of Marketing of Breast- Milk Substitutes

World Health Organization

ترجمه : سوسن سعدونديان

وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشكى  
معاونت سلامت – دفتر سلامت خانواده و جمعيت  
اداره ترويج تغذيه با شيرمادر

فهرست

3	مقدمه
4	پیشگفتار
6	ماده 1- هدف کد
6	ماده 2-محدوده کد
6	ماده 3-تعاریف
7	ماده 4-اطلاعات و آموزش
8	ماده 5-عموم مردم و مادران
8	ماده 6-سیستم مراقبت بهداشتی
9	ماده 7-کارکنان بهداشتی
10	ماده 8-شاغلین در موسسات تولید و توزیع کننده
10	ماده 9-برچسب
11	ماده 10-کیفیت
11	ماده 11-اجرا و پایش

سازمان جهانی بهداشت و یونیسف سالهاست که اهمیت حفظ و بقای روش تغذیه با شیرمادر و عبارتی رونق مجدد آنرا در مناطقی که رو به کاهش نهاده است، بعنوان راهی برای ارتقاء سلامت و تغذیه شیرخواران و کودکان خردسال مورد تاکید قرار داده اند. کوششها برای ترویج تغذیه با شیرمادر و غلبه بر مشکلاتی که ممکن است مانع ترویج شیرمادر شوند، بعنوان بخشی از برنامه های جامع تغذیه و سلامت مادر و کودک در هر دو سازمان محسوب می شوند و از اجزاء کلیدی مراقبت های بهداشتی بمنظور نیل به بهداشت برای همه تا سال 2000 بوده اند.

عوامل گوناگونی بر شیوع و طول مدت تغذیه با شیرمادر تاثیر می گذارند. در بیست و هفتمین اجلاس سازمان جهانی بهداشت در سال 1974 کاهش عمومی تغذیه با شیرمادر در بسیاری از نقاط جهان در ارتباط با عوامل اجتماعی فرهنگی و سایر فاکتورها شامل ترویج جانشین شونده های شیرمادر مطرح شد و کشورهای عضو اقدامات جبرانی برای مقابله با فعلیتهای مذکور را از طریق تدوین ضوابط و مقررات خاصی پیشنهاد نمودند.

این موضوع مجددا در سی و یکمین اجلاس جهانی بهداشت در می 1978 مطرح شد و این مسئله مورد تاکید قرار گرفت که کشورهای عضو باید پیشگیری از سوء تغذیه شیرخواران و کودکان خردسال، حمایت و ترویج تغذیه با شیرمادر، اتخاذ قوانین و انجام اقدامات مقتضی برای تسهیل تغذیه با شیرمادر توسط مادران شاغل را در الویت قرار دهند و مقررات مناسبی را برای فروش غذاهای شیرخوار که بعنوان جانشین شونده شیرمادر بکار می روند، وضع نمایند. ضرورت غلبه بر مشکلات تغذیه شیرخواران و کودکان خردسال و تاکید بر اهمیت تغذیه با شیرمادر فراتر از سازمان جهانی بهداشت و یونیسف گسترش یافت. دولتها، انجمنهای حرفه ای، علما و سازندگان غذاهای شیرخوار نیز بمنظور تعیین اقداماتی بعنوان معیارهای جهانی و گامی بسوی ارتقاء سلامت شیرخواران و کودکان خردسال فرا خوانده شدند. در مرحله بعدی، سازمان جهانی بهداشت و یونیسف یک گردهمایی مشترک را در مورد تغذیه شیرخواران و کودکان خردسال سازماندهی نمودند. سپس یک گردهمایی در ژنو از 9 تا 12 اکتبر 1979 با شرکت 150 نماینده از دولتها، سازمانهای وابسته به سازمان ملل، سازمانهای غیردولتی، صنایع غذایی و کارشناسان حقوقی تشکیل شد. بحثها پیرامون 5 موضوع بشرح زیر سامان دهی شد: ترویج و حمایت از تغذیه با شیرمادر - ترویج و حمایت از روشهای تغذیه تکمیلی مناسب و بموقع با مصرف منابع غذاهای محلی - تقویت سطح سواد و آموزش و ارائه اطلاعات در مورد تغذیه شیرخواران و کودکان خردسال - ارتقاء وضعیت اجتماعی و سلامت زنان در ارتباط با سلامت و تغذیه شیرخوار و کودک خردسال - بازاریابی و توزیع مناسب جانشین شونده های شیرمادر.

درسی و سومین اجلاس سازمان جهانی بهداشت در می 1980 توصیه های مورد توافق در گردهمایی مشترک سازمان جهانی بهداشت و یونیسف مورد تاکید قرار گرفت و از مدیر کل سازمان درخواست شد که در مشورت با کشورهای عضو و سایر بخشهای مرتبط یک کد بین المللی برای فروش فورمولا و سایر محصولات که بعنوان جانشین شیرمادر بکار می روند، تهیه شود.

بالاخره پس از جلسات متعدد و تهیه پیش نویس و بحث و مناظره فراوان در می 1981 " کد بین المللی بازاریابی جانشین شونده های شیرمادر " به تصویب رسید.

## پیشگفتار

کشورهای عضو سازمان جهانی بهداشت موارد زیر را تصدیق و تایید می نمایند:

- حق هر کودک و هر زن باردار و شیرده برای تغذیه کافی بعنوان وسیله ای برای نیل به سلامت و حفظ آن در جامعه محسوب می شود.
- وجود سوء تغذیه در شیرخوار، بخشی از مسائل گسترده ناشی از فقدان آموزش، فقر و بیعدالتی اجتماعی محسوب می گردد.
- سلامت شیرخواران و کودکان خردسال، منفک از سلامت و تغذیه زنان، وضعیت اجتماعی اقتصادی آنان و نقش آنها بعنوان مادر نیست.
- تغذیه با شیرمادر، روش بی نظیر تامین غذا برای رشد و تکامل مطلوب شیرخوار است و اساس بیولوژیکی و احساسی بی مانندی را برای سلامت مادر و کودک بنا می نهد. خواص ضد عفونت شیرمادر حافظ شیرخوار در برابر بیماریهاست و بعلاوه ارتباط مهمی بین تغذیه با شیرمادر و فاصله گذاری بین فرزندان وجود دارد.
- ترویج و حفظ تغذیه با شیرمادر، بخش مهم تامین سلامت، تغذیه و سایر اقدامات اجتماعی مورد نیاز جهت ارتقاء رشد و تکامل مطلوب شیرخواران و کودکان خردسال است و یکی از اجزاء مهم مراقبت های بهداشتی اولیه محسوب می شود.
- هنگامی که کودکان از شیر مادر محروم می شوند و یا تغذیه آنان با شیرمادر بطور نسبی صورت می گیرد، بازاری برای فورمولای شیرخوار و اجزاء وابسته بدان، بوجود می آید. تمام این محصولات باید از طریق سیستم توزیع تجارتي و غیر تجارتي در دسترس نیازمندان قرار گیرند. این محصولات باید طوری بازاریابی شوند که با حفظ و ترویج تغذیه با شیر مادر مداخله ننمایند.
- روشهای نامناسب تغذیه شیرخواران در تمام کشورها منجر به سوء تغذیه، ابتلا به بیماریها و مرگ و میر کودکان می گردد. روشهای نامناسب بازاریابی جانشین شونده های شیر مادر و محصولات وابسته، در ایجاد این مشکلات عمده بهداشت عمومی مشارکت می نمایند.
- دریافت غذاهای کمکی مناسب در سن 4-6 ماهگی همراه با شیرمادر برای کودکان اهمیت بسیار دارد و کوشش ها برای مصرف غذاهای کمکی محلی قابل دسترس باید بکار گرفته شود. اما این غذاها نباید جانشین شیرمادر گردند.
- عوامل اجتماعی اقتصادی متعددی بر تغذیه با شیرمادر تاثیر می گذارند. بنابراین دولت ها باید حمایت های اجتماعی را برای حفظ، تسهیل و ترویج تغذیه با شیرمادر تقویت نموده و توسعه دهند و با ایجاد جو مناسب به ترویج شیرمادر، حمایت خانوادگی و اجتماعی مادران و رفع موانع شیردهی بپردازند.
- سیستم مراقبت های بهداشتی و تمام کارکنان شاغل در آن، نقش اساسی در هدایت روشهای مناسب تغذیه شیرخوار، تشویق و تسهیل تغذیه با شیرمادر و راهنمایی مداوم و عینی مادران و خانواده ها را درباره ارزش فوق العاده تغذیه با شیرمادر و یا در مواقع لزوم نحوه مصرف فورمولای شیرخوار دارند.
- سیستم آموزشی و سایر خدمات اجتماعی باید در فعالیتهای حفظ و ارتقاء تغذیه با شیرمادر و مصرف به موقع غذاهای کمکی مشارکت نمایند.

- خانواده ها، جوامع، سازمانهای زنان و سایر سازمانهای غیر دولتی نقش ویژه ای در حفظ و ارتقاء تغذیه با شیر مادر و حمایت زنان باردار و مادران دارای فرزند شیرخوار و کودک خردسال خواه شیرده یا غیر شیرده دارند.
- همکاری دولت ها با نمایندگی های وابسته به سازمان ملل، سازمانهای غیر دولتی، کارشناسان در ابعاد و بخشهای مختلف مربوطه، گروههای مصرف کننده جهت ارتقاء سلامت و تغذیه مادر، شیرخوار و کودک خردسال ضروری است.
- دولت ها باید خدمات تغذیه ای و سایر اقدامات اجتماعی لازم را برای ارتقاء رشد و تکامل مطلوب شیرخواران و کودکان خردسال به اجرا در آورند و اجرای این کد فقط یک جنبه از اقدامات ضروری است.
- سازندگان و توزیع کنندگان جانشین شونده های شیرمادر، نقش مهم و سودمندی در تغذیه شیرخوار و تحقق هدف این کد و اجرای مناسب آن بعهده دارند.
- دولت ها باید در قالب قانونی و اجتماعی و اهداف برنامه توسعه کشور، جهت اجرای اصول و هدف این کد، اقدامات مقتضی نظیر وضع یا تعدیل قوانین و مقررات را بعمل آورند.
- به لحاظ نکات فوق الذکر و نظر به آسیب پذیری شیرخواران در ماههای اول عمر و خطرات روشهای نامناسب تغذیه که شامل مصرف بیجا و نامناسب جانشین شونده های شیرمادر می شوند، روشهای بازاریابی معمول در مورد بازاریابی انواعی از جانشین شونده های شیرمادر که در درمانهای خاص موردنیازند، مناسب نمی باشد.

### **بنابراین:**

**کشورهای عضو WHO به اجرای مواد ذیل بعنوان اساس برای اقدامات ضروری معتقدند .**

### **ماده 1: هدف کد**

هدف کد مشارکت در تامین تغذیه سالم و کافی شیرخوار بوسیله حفظ و ارتقاء تغذیه با شیرمادر، و اطمینان یافتن از مصرف مناسب جانشین شونده های شیرمادر در مواقع ضروری، بر اساس اطلاعات کافی و از طریق بازاریابی و توزیع مناسب آنها می باشد.

## ماده 2: محدوده کد

این کد جهت بازاریابی و روشهای مربوط بدان درخصوص محصولات ذیل بکار می رود: جانشین شونده های شیرمادر شامل فورمولای شیرخواران ، سایر فرآورده های شیری، غذاها و مایعات شامل غذاهای کمکی جهت تغذیه با بطری با و یا بدون تغییرات لازم برای تغذیه شیرخوار، برای مصرف بعنوان کمکی یا جانشین کلی تغذیه با شیرمادر، بطریهای شیر و سر شیشه ها . همچنین بر کیفیت محصولات، دسترسی به آنها و اطلاعات مربوط به مصرفشان نظارت دارد.

## ماده 3: تعاریف

در این کد، مفاهیم بطریق ذیل تعریف گردیده اند:

- **جانشین شونده شیرمادر Breast-milk substitute** : هر غذایی که برای مصرف کمکی یا جایگزینی کلی شیرمادر، خواه مناسب یا نامناسب برای این هدف، بازاریابی یا عرضه می گردد.
- **غذای کمکی Complementary food** : عبارتست از: هر غذایی خواه صنعتی یا محلی، مناسب بعنوان مکمل شیرمادر و فورمولای شیرخوار که برای تامین نیازهای تغذیه ای شیرخوار هنگامی که دیگر شیر به تنهایی برای تغذیه او کافی نیست، مصرف می شود. این غذاها بعنوان مکمل شیر مادر (breast milk supplement) و (weaning food) نیز نامیده می شوند.
- **ظرف Container** عبارتست از: هر نوع بسته بندی که برای فروش یک واحد از محصول جهت خرده فروشی بکار می رود.
- **توزیع کننده Distributor** عبارتست از: هر شخص، شرکت یا عامل دیگری در بخش عمومی یا خصوصی که خواه مستقیم یا غیر مستقیم در بازاریابی عمده یا خرده فروشی محصولات مشمول این کد شاغل باشند. «توزیع کننده اولیه» عبارتست از: یک عامل فروش ، عرضه کننده یا توزیع کننده ملی یا واسطه از طرف سازندگان.
- **سیستم مراقبت بهداشتی Health care system** عبارتست از: موسسات یا سازمانهای دولتی، غیر دولتی یا خصوصی که بطور مستقیم یا غیر مستقیم در زمینه مراقبت بهداشتی مادران، شیرخواران و زنان باردار خدمت می کنند، شیرخوارگاهها یا مهد کودکان.
- **کارکنان بهداشتی Health workers** عبارتند از: افرادی که در بخشی از سیستم مراقبت بهداشتی فوق الذکر خواه بصورت حرفه ای یا غیر حرفه ای (داوطلب و یا بدون مزد) شاغل هستند.
- **فورمولای شیرخوار Infant formula** عبارتست از: یک جانشین شیرمادر که مطابق با استانداردهای کدکس الیمنتاریوس (Codex Alimentarius) برای برآورد نیازهای طبیعی تغذیه ای شیرخوار تا سنین 4-6 ماهگی، بطور صنعتی فرموله شده و با خصوصیات فیزیولوژیکی آنها تطبیق یافته است.
- **برچسب Lable** عبارتست از: هر نوع نشان، برچسب، علامت تصویری یا توصیفی ، نوشته شده، چاپ شده با حروف برجسته یا مهر شده یا ضمیمه شده به هر قوطی از محصولات مشمول کد.

- سازنده **Manufacture** عبارتست از: یک شرکت یا هر عامل دیگری در بخش عمومی یا خصوصی که ( خواه مستقیم یا از طریق یک عامل تحت کنترل یا طرف قرارداد) در ساخت محصولات مشمول کد شاغل باشند.
- **بازاریابی Marketing** عبارتست از: فعالیتها در زمینه ترویج، توزیع، فروش، اعلان آگهی برای محصول، برقراری ارتباط عمومی و سرویس اطلاعاتی.
- **کارکنان بازاریاب Marketing personel** عبارتند از: افرادی که در ارتباط با بازاریابی محصولات مشمول این کد فعالیت دارند.
- **نمونه ها Samples** عبارتند از: مقادیر کم محصول که بطور رایگان عرضه می شوند.
- **تدارکات Supplies** عبارتست از: مقادیری از محصول که برای مصرف در یک دوره ممتد، بطور رایگان یا با بهای کم برای اهداف اجتماعی، از جمله به خانواده های نیازمند عرضه می گردند.

#### ماده 4: اطلاعات و آموزش

- 1-4- دولت، مسئول افزایش آگاهی تغذیه ای خانواده ها و افراد شاغل در زمینه تغذیه شیرخواران و کودکان خردسال است. این مسئولیت شامل برنامه ریزی، طراحی، تهیه و انتشار اطلاعات یا کنترل آنها می شود.
- 2-4- تمام اطلاعات و مفاد آموزشی خواه مکتوب یا سمعی بصری درخصوص تغذیه شیرخواران برای آموزش زنان باردار و مادران دارای فرزند شیرخوار و کودک خردسال باید شامل اطلاعات واضح در زمینه های ذیل باشد:
- فواید و برتری تغذیه با شیرمادر
  - تغذیه مادر و آماده نمودن او برای شیردهی و تداوم آن
  - اثر منفی تغذیه کمکی کودک با بطری بر تغذیه با شیرمادر
  - مشکل برقراری مجدد جریان شیر پس از قطع تغذیه با شیرمادر
  - در صورت لزوم مصرف مناسب و بموقع فورمولای شیرخوار خواه صنعتی یا خانگی

مطالب تهیه شده درباره مصرف فورمولای شیرخوار، باید مشکلات اجتماعی و مالی استفاده از آنها، مضرات بهداشتی غذاها یا روشهای نامناسب تغذیه و بویژه مضرات بهداشتی مصرف غیر ضروری یا غلط فورمولای شیرخوار و سایر جانشین شونده های شیرمادر را مطرح نمایند. چنین مطالبی نباید تصویر یا متنی را بکار برند که استفاده از جانشین شونده های شیرمادر را ایده آل جلوه دهند.

3-4- سازندگان و توزیع کنندگان، ارائه اطلاعات یا اهدای وسایل آموزشی یا محصولات را فقط با درخواست و تصویب نامه اولیای امور دولت و با استفاده از رهنمودهای ارائه شده توسط دولت می توانند انجام دهند. چنین وسایل یا مطالبی ممکن است نشانگر نام شرکتهای اهداء کننده باشند اما نباید مصرف محصول خاصی از محصولات مشمول این کد را ترویج نمایند و فقط باید از طریق سیستم بهداشتی توزیع گردند.

#### ماده 5- عموم مردم و مادران

- 1-5- اعلان آگهی یا تبلیغ بطرق دیگر برای ترویج مصرف محصولات مشمول این کد در سطح عموم جامعه ممنوع است.
- 2-5- سازندگان و توزیع کنندگان مجاز به عرضه مستقیم یا غیر مستقیم نمونه های محصولات مشمول این کد به زنان باردار یا اعضای خانواده آنها نیستند.
- 3-5- مطابق بند 1 و 2 این ماده، فعالیتهای ذیل در مورد محصولات مشمول کد ممنوع است:  
 آگهی محل فروش، عرضه نمونه ها یا هر نوع تدبیر دیگری که موجب ترویج فروش محصول به مصرف کننده گردد نظیر: نمایشهای ویژه، فروش کوپنها، جایزه دادن، فروشهای فوق العاده ....  
 معهذا این شروط، محدود کننده سیاستها و روشهای قیمت گذاری بمنظور فراهم نمودن محصولات با بهای کمتر در دراز مدت نیست.
- 4-5- سازندگان و توزیع کنندگان، حق توزیع هیچ نوع پیشکش اعم از محصول یا اشیاء و وسایل به زنان باردار یا مادران دارای فرزند شیرخوار و کودک خردسال را ندارند.
- 5-5- افراد بازاریاب، در رابطه با شغل شان، نباید در پی برقراری ارتباط و تماس مستقیم یا غیر مستقیم با زنان باردار یا مادران دارای فرزند شیرخوار و کودک خردسال برآیند.

### **ماده 6- سیستم مراقبت بهداشتی**

- 1-6- اولیای امور بهداشتی باید جهت ترویج و حفظ تغذیه با شیرمادر و تحقق اصول این کد، اقدامات مقتضی را بعمل آورند و برای افزایش آگاهی کارکنان بهداشتی و آشنایی آنان با مسئولیتهای مذکور در ماده 2-4 اقدام نمایند.
- 2-6- سیستم مراقبت بهداشتی نباید موجبات ترویج مصرف فورمولای شیرخوار یا سایر محصولات مشمول کد را فراهم نمایند. معهذا این کد، انتشار اطلاعات مذکور در ماده 2-7 را به کارکنان بهداشتی منع نمی نماید.
- 3-6- از تسهیلات سیستم مراقبت بهداشتی نباید برای نمایش محصولات مشمول این کد، نصب پلاکاردها یا پوستر مربوط به این محصولات یا توزیع مطالب تهیه شده توسط سازندگان و توزیع کنندگان و یا سایر موارد مذکور در ماده 3-4 استفاده شود.
- 4-6- مصرف محصولات اهدا شده از طرف سازندگان و توزیع کنندگان توسط کارکنان بهداشتی، کودکان یا کارکنان مشابه غیر مجاز است.
- 5-6- تغذیه با فورمولای شیرخوار فقط باید توسط کارکنان بهداشتی درمانی یا سایر کارکنان زیربط جامعه در هنگام ضرورت و فقط برای مادران یا اعضای خانواده هایی که ناچار به مصرف آن هستند، نمایش داده شود و اطلاعات ارائه شده باید شامل شرح واضح مضرات مصرف نادرست آن باشد.
- 6-6- اهداء یا فروش ارزان فورمولای شیرخوار یا سایر محصولات مشمول این کد به موسسات و سازمانهای تامین کننده خواه برای استفاده در موسسه یا توزیع در خارج از آن، امکان پذیر است. چنین سازمانهایی باید محصولات را فقط برای تغذیه شیرخوارانی که به ناچار با چانشین شونده های شیرمادر تغذیه می شوند، مصرف نموده یا توزیع نمایند. چنانچه این محصولات در خارج از سازمان مصرف می شوند. فقط باید توسط موسسات یا سازمانهای مسئول این امر صورت گیرد. اهداء یا فروش ارزان فورمولا توسط سازندگان یا توزیع کنندگان نباید بعنوان یک وسیله تشویقی بکار رود.



6-7- جائیکه فورمولا یا سایر محصولات اهدایی مشمول این کد در خارج از موسسه توزیع می شوند، موسسه یا سازمان باید ترتیبی اتخاذ نمایند که محصولات به همان مدتی که شیرخواران مورد نظر بدان نیاز دارند، در اختیارشان قرار گیرد، اهداء کنندگان نیز باید بهمان اندازه ی موسسات یا سازمانهای مربوطه، این مسئولیت را بپذیرند.

6-8- وسایل و محصولات، بعلاوه ی موارد مذکور در ماده 3-4 که به سیستم بهداشتی اهدا می شوند ممکن است نشانگر نام شرکت تولید کننده باشند اما نباید به محصول خاصی از محصولات مشمول این کد اشاره نموده و مصرف آنرا ترویج نمایند.

### **ماده 7- کارکنان بهداشتی**

7-1- کارکنان بهداشتی باید فعالانه تغذیه با شیرمادر را ترویج نموده و جهت حفظ آن کوشا باشند. افرادی که بویژه با تغذیه مادر و شیرخوار در ارتباط اند، باید به مسئولیتهای مذکور در این کد شامل ماده 2-4 واقف باشند.

7-2- اطلاعات ارائه شده توسط سازندگان و توزیع کنندگان برای کارکنان بهداشتی درخصوص محصولات مشمول کد باید محدود به مطالب علمی و واقعی گردد و چنین اطلاعاتی نباید برتری تغذیه با بطری یا معادل بودن آن با شیر مادر را القاء نمایند و باید اطلاعات مذکور در ماده 2-4 را شامل شوند.

7-3- سازندگان و تولید کنندگان نباید برای ترویج محصولات مشمول کد، کارکنان بهداشتی یا اعضای خانواده آنها را بطور نقدی یا غیر نقدی تشویق کنند. افراد مذکور نیز باید متقابلاً از پذیرش آن خودداری نمایند.

7-4- نمونه های فورمولای شیرخوار یا سایر محصولات مشمول کد، وسایل و ظروف لازم برای تهیه و مصرف آنها، بجز در موارد ضروری و برای هدف ارزیابی یا تحقیق در سطح موسسه، نباید در اختیار کارکنان بهداشتی قرار گیرد. کارکنان بهداشتی نباید نمونه های فورمولای شیرخوار را به زنان باردار، مادران دارای فرزند شیرخوار و کودک خردسال یا اعضای خانواده هایشان ارائه دهند.

7-5- سازندگان و توزیع کنندگان محصولات مشمول کد، چنانچه برخی از کارکنان بهداشتی را از جانب خود در کنفرانسها، مسافرتها، مطالعاتی و تحقیقاتی یا نظایر آن شرکت دهند، باید موضوع را به موسسه مربوطه اطلاع دهند. این اطلاع رسانی از جانب کارکنان بهداشتی نیز ضروریست.

### **ماده 8- کارکنان شاغل در موسسات سازنده یا توزیع کننده محصولات مشمول کد**

8-1- میزان فروش محصولات مشمول کد نباید مبنای پرداخت پاداش برای کارکنان محسوب گردد. سهمیه خاص نیز نباید برای آنان بعنوان پاداش فروش این محصولات در نظر گرفته شود. معهدا برای پرداخت پاداش توسط کمپانی بر اساس فروش کلی و بخاطر بازاریابی محصولات دیگر به کارکنان مانعی وجود ندارد.

8-2- کارکنان شاغل در موسسات بازاریابی محصولات مشمول کد نباید بعنوان بخشی از مسئولیت شغلی شان، وظایف آموزشی در ارتباط با زنان باردار یا مادران دارای کودک شیرخوار و خردسال داشته باشند. معهدا اشتغال این افراد برای سایر وظایف در سیستم مراقبت بهداشتی بناا به درخواست و با مجوز اولیای امور دولت بلامانع است.

## ماده 9- برچسب گذاری

9-1- برچسبها باید طوری طراحی شوند که نشانگر اطلاعات ضروری درباره مصرف مناسب محصول باشند و تغذیه با شیرمادر را منع نمایند.

9-2- سازندگان و توزیع کنندگان فورمولای شیرخوار باید اطمینان یابند که هر قوطی دارای پیام واضح، خوانا، مفهوم، چاپ شده روی قوطی یا برچسبی که به آسانی جدا نشود، با زبان رسمی کشور بوده و شامل تمام نکات ذیل باشد:

- عبارات « مهم- توجه کنید» یا معادل آن

- برتری تغذیه با شیر مادر

- توصیه مصرف این محصول فقط با دستور کارکنان بهداشتی و در هنگام ضرورت و با روش مناسب  
- دستور تهیه و اخطار برای مضرات بهداشتی طرز تهیه نادرست آن. قوطی و برچسب نباید نشانگر تصویر شیرخوار، تصاویر دیگر یا هر نوشته ای مبنی بر ایده آل بودن فورمولای شیرخوار باشد. بهر حال برچسب می تواند طرح و نمودارهایی برای شناخت محصول بعنوان جانشین شونده شیرمادر و توضیح روشهای تهیه داشته باشد. اصطلاحاتی نظیر « مشابه شیر مادر» نباید بکار برده شود. ارائه اطلاعات اضافی درباره محصول و مصرف صحیح آن، بسته به شرایط فوق می تواند در هر بسته بندی یا واحدهای خرده فروشی درج گردد.

9-3- آن دسته از محصولات غذایی مشمول کد که تمام شرایط لازم برای برآورد نیازهای شیرخوار را بعنوان فورمولا ندارند ولی با تغییراتی می توانند تعدیل شوند باید برچسب مربوطه هشدار لازم را بدهد که محصول تعدیل نشده بعنوان منبع تغذیه شیرخوار بفروش نرسد. چون شیر غلیظ شده شیرین (Sweetened Condensed) برای تغذیه شیرخوار مناسب نیست و بعنوان منبعی برای تهیه فورمولا نیز نامناسب است، برچسب آن نیز نباید بیانگر دستورات چگونگی اصلاح و تهیه آن برای این هدف باشد.

9-4- برچسب محصولات غذایی مشمول کد باید همچنین تمام نکات ذیل را بیان نمایند:

اجزاء بکار رفته- ترکیب و تجزیه محصول- شرایط مورد نیاز نگهداری- batch number و تاریخ قابلیت مصرف با در نظر گرفتن آب و هوا و شرایط کشور

## ماده 10- کیفیت

10-1- کیفیت محصولات، رکن اساسی حفظ سلامت شیرخوار است بنابراین باید با استانداردهای علمی توصیه شده مطابقت داشته باشد.

10-2- محصولات غذایی مشمول کد هنگامی قابل فروش و توزیع هستند که با ویژگی های توصیه شده توسط دو استاندارد زیر مطابقت داشته باشند:

1- Codex Alimentarius

2- Codex Code of Hygienic Practice for Food for Infants and Children.

## ماده 11- اجرا و پایش

11-1- دولت ها برای اجرای اصول و هدف کد باید در قالب وضعیت اجتماعی و قانونی کشور، اقدامات مقتضی نظیر وضع یا تعدیل قوانین و مقررات را بعمل آورند. برای این هدف، دولت ها می توانند در هنگام

ضرورت، سازمان جهانی بهداشت، یونیسف و سایر نمایندگی های سازمان ملل را به کمک بطلبند. سیاستهای ملی و معیارهای موجود شامل قوانین و مقرراتی که با اصول و هدف کد تطبیق می یابند، باید به اطلاع عموم برسند و همچنین کد باید در اختیار تمام افراد ذریبط در ساخت و بازاریابی محصولات مربوطه قرار گیرد.

11-2- پایش اجرای کد با دولت خواهد بود که راساً عمل نماید. مشارکت WHO که در بند 6 و 7 این ماده ذکر گردیده نیز محتمل است. همکاری سازندگان و توزیع کنندگان محصولات مشمول این کد و سازمانهای غیر دولتی مربوطه، گروههای صنفی و سازمانهای مصرف کننده با دولت ضروریست.

11-3- سازندگان و توزیع کنندگان محصولات مشمول کد، ملزم به رعایت آن بوده و خود مسئول نظارت بر روشهای بازاریابی مطابق با اصول و هدف کد می باشند و باید برای اطمینان از مطابقت فعالیتهايشان با اصول و هدف کد، روش مناسب را اتخاذ نمایند.

11-4- سازمانهای غیر دولتی، گروههای صنفی، موسسات و افراد ذریبط برای جلب توجه سازندگان و توزیع کنندگان متخلف در جهت اصلاح فعالیتهای مغایر با اصول و هدف کد، مسئولند و در این موارد باید اولیای امور دولت را مطلع سازند.

11-5- سازندگان و توزیع کنندگان اولیه محصولات مشمول کد باید هر یک از کارکنان خود را با اصول و هدف کد آشنا نموده و آنها را به رعایت آن ملزم نمایند.

11-6- مطابق با ماده 62 تشکیلات سازمان جهانی بهداشت، دولت ها باید با مدیر کل سازمان در مورد اجرای اصول و هدف کد سالانه ارتباط برقرار نمایند.

11-7- مدیر کل WHO باید هر دو سال یکبار وضعیت اجرای کد در کشورهای عضو را به اجلاسیه WHO گزارش دهد و بمنظور اجراء و توسعه کد، کشورها را بر اساس تقاضاهای آنان جهت حمایت فنی در زمینه وضع قوانین و مقررات ملی یا سایر معیارها، کمک نماید. / ق