

Zápis ze zasedání Komise pro výživu kojenců a malých dětí ze dne 22. října 2024

Místo a čas konání: Ministerstvo zdravotnictví, Palackého nám. 375, Praha, 10:00 - 12:00

Přítomné členky a členové:

Příjmení a jméno člena/ členky	Instituce	Střet zájmů
Hradecká Lucie	Odbor rovnosti žen a mužů Úřadu vlády ČR	NE
Jirásková Vlasta (online)	Laktační poradkyně, nezávislá odbornice	NE
Jírová Jitka (online)	Ústav zdravotnických informací a statistiky	NE
Koczó Pavel	Ministerstvo průmyslu a obchodu	NE
Königsmarková Ivana (online)	Unie porodních asistentek, z. s.	NE
Kredbová Andrea	SpoKojení, z. s.	NE
Lemrová Adéla	SZÚ	NE
Menšíková Milada	Ministerstvo zdravotnictví (OZP)	NE
Němečková Jana	Česká asociace dul z. s.	NE
Pavlíková Markéta	Biostatistička, nezávislá odbornice	NE
Pavlovic Josef (<i>předseda</i>)	Ministerstvo zdravotnictví (NAM)	NE
Plšková Ludmila (online)	Svaz zdravotních pojišťoven ČR, z. s.	NE
Poloková Andrea	Mamila, o. z.	NE
Romanová Jana (online)	Česká asociace sester, z. s.	NE
Selinger Eliška	WHO Country Office Czech Republic	NE

Omluvené členky a členové:

Příjmení a jméno člena/ členky	Instituce	Střet zájmů
Hrdličková Kristýna	Národní ústav duševního zdraví	NE
Kudlová Eva	Hygienička, nezávislá odbornice	NE
Linková Kateřina	Ministerstvo práce a sociálních věcí	NE
Macková Barbora	Státní zdravotní ústav	NE
Matějovská Iveta	Ministerstvo zdravotnictví (CAU)	NE
Mucaj Dafina	UNICEF	NE
Němečková Jana	Česká asociace dul z. s.	NE
Pešková Zdeňka	Ministerstvo zdravotnictví (OLZP)	NE
Slavíková Silvie	Ministerstvo zdravotnictví (OVZ)	NE
Topinková Michaela	Přirozené kojení	NE

Hosté/hostky:

Příjmení a jméno hosta/ hostky	Instituce	Střet zájmů
Hejlová Denisa	FSV UK	NE
Kramná Miloslava	Aperio, z. s.	NE
Pláteník Václav (online)	Ministerstvo zdravotnictví	NE
Majerčíková Aneta	Ministerstvo zdravotnictví (NAM)	NE
Zemanová Miroslava	UJEP	NE

Za sekretariát Komise pro výživu kojenců a malých dětí: J. Kolmanová

Program jednání Komise pro výživu kojenců a malých dětí (dále jen “Komise”) dne 22. října	
1. Úvod, zahájení jednání a schválení programu	předseda Komise
2. Informace o činnosti pracovních skupin	předseda Komise
3. Informace o osvětové kampani ke Světovému týdnu kojení 2024	A. Majerčíková
4. Schválení Strategie BfHI vládou a vyplývající úkoly	předseda Komise, A. Majerčíková
5. Nový autoregulační dokument čtyř výrobců mléčné výživy	A. Majerčíková
6. Průběžné výsledky z protokolu NetCode	D. Hejlová, M. Zemanová
7. Data o výživě novorozenců v nemocnicích za rok 2023	A. Majerčíková, M. Kramná
8. Různé	předseda Komise, členky a členové Komise

1. Úvod, zahájení jednání, schválení programu

Jednání zahájil a vedl předseda J. Pavlovic. Přivítal přítomné a uvedl, že jde o poslední jednání Komise, které vede jako její předseda. Agenda výživy dětí dle domluvy přejde na pana náměstka V. Pláteníka, J. Pavlovic dodal, že věří, že se tyto změny fungování činnosti Komise nedotknou. Na Ministerstvu zdravotnictví dále zůstávají za sekretariát Komise J. Kolmanová a A. Majerčíková. V. Pláteník je na jednání připojen on-line, pozdravil přítomné a uvedl, že se těší na spolupráci.

J. Pavlovic poděkoval všem členkám a členům Komise za dosavadní spolupráci, uvedl, že v agendě výživy dětí se podařilo zrealizovat spoustu potřebných věcí, ať už jde o systémové věci, jako je vytvoření Strategie Baby-friendly Hospital Initiative, zveřejňování dat o výživě z ÚZIS, zajištění komerční analýzy trhu s dětskou výživou, či zadání analýzy marketingu umělé výživy NetCode, jejíž průběžné výsledky budou prezentovány v dnešním jednání nebo menší záležitosti jako kampaň ke Světovému týdnu kojení 2024.

A. Kredbová poděkovala předsedovi za spolupráci a vedení Komise.

J. Pavlovic přivítal hosty jednání:

Mgr. Anetu Majerčíkovou (NAM2)

Václava Pláteníka,
Doc. PhDr. Denisu Hejlovou, Ph.D. (FSV UK)

MA,LL.M.

Mgr. Miroslavu Zemanovou, Ph.D. (Univerzita JEP)

Miloslavu Kramnou (Aperio)

J. Pavlovic spolu s tajemnicí provedl kontrolu usnášeníschopnosti Komise a konstatoval, že Komise je usnášeníschopná (přítomno bylo 15 z 26 členů). Předseda upozornil všechny přítomné, že za účelem vytvoření zápisu je jednání Komise nahráváno. Tajemnice Komise provedla kontrolu střetu zájmů, nikdo z přítomných nedeklaroval nový střet zájmů. Předseda seznámil přítomné s programem jednání Komise, který byl členkám a členům Komise zaslán spolu s pozvánkou a dal hlasovat o schválení programu. Program jednání byl jednomyslně schválen.

2. Informace o činnosti pracovních skupin

Předseda otevřel druhý bod jednání. Uvedl, že o činnosti Pracovní skupiny ke sběru dat a ke kontrole realizace programu Baby-friendly Hospital Initiative informovala její předsedkyně Lucie Hradecká na minulém jednání. Část členů pracovní skupiny se podílela také na přípravě výstupů ke Světovému týdnu kojení, který bude prezentován v samostatném bodě 3. Další zasedání pracovní skupiny je naplánováno na dnešní odpoledne.

K Pracovní skupině k rozvoji sítě bank a sběrů mateřského mléka předseda uvedl, že v průběhu léta proběhla návštěva Nemocnice České Budějovice a její banky mateřského mléka. Z jednání s docentem Duškem vyplynula potřeba novelizovat vyhlášku č. 137/2004 Sb., což předseda následně projednával se S. Slavíkovou a B. Mackovou na samostatném jednání. S ohledem na to, že na novelizaci vyhlášky není šance dříve než za rok, vzešla z jednání dohoda, že v neurgentnější věci - v problematice úpravy mateřského mléka paskalizací - požádá nemocnice o výjimku z uplatnění vyhlášky (vyhláška umožňuje pouze pasterizaci). Nemocnice České Budějovice tak dostane přímo dopisem hlavní hygieničky výjimku z aplikace vyhlášky č. 137/2004 Sb. na paskalizaci. Nemocnice poslouží jako pilot pro ověření metody paskalizace v praxi v českých podmínkách, nemocniční hygienička Nemocnice České Budějovice je členkou sboru poradců hlavní hygieničky. Dodal, že vyhláška přesto bude muset být novelizována, např. s ohledem na novou evropskou legislativu SoHo.

Předseda otevřel rozpravu a zeptal se na konkrétní podněty ke změně vyhlášky č. 137/2004 Sb.

A. Poloková se přihlásila s tím, že v Nemocnici Havířov řešila obdobnou situaci, kdy narazili na limity vyhlášky nejen stran paskalizace, ale i při použití vlastního mateřského mléka matkou. Vyhláška uvádí teplotní limity pro skladovací řetězec mateřského mléka, které ve chvíli, kdy si matka donese k porodu odstříkané mateřské mléko, není možné dodržet a mléko pak bývá pro nedodržení těchto limitů vyléváno, a to i přes dostatek studií, které odkazují na bezpečnost skladování mléka při pokojové teplotě.

Předseda reagoval, že by rád docenta Duška pozval na jednání Komise, velmi jej zaujala práce pana docenta na fortifikátorech mateřského mléka. Fortifikace by se dala využít minimálně pro perinatologická centra. A. Poloková se zeptala, zda si v Českých Budějovicích vyrábějí fortifikátory z vlastního mateřského mléka. Předseda reagoval, že ano, z vlastního mateřského mléka matek nedonošených dětí. Děti jsou pak sledovány i několik let po propuštění z nemocnice, jsou sbírána např. data stran vývoje centrální nervové soustavy a imunity a z nich vyplývá, že tento způsob výživy může dětem zachránit několik bodů (10-20) IQ. Pomocí fortifikace se tak nemocnici daří dostat nedonošené kojence na úroveň dětí donošených. Docent Dušek přinesl zkušenost ze Švédska, kde na této metodě pracoval.

P. Koczó se připojil s osobní zkušeností z Nemocnice České Budějovice, kde se opravdu sbírají data o dětech měsíce až roky po propuštění z porodnice.

L. Hradecká poděkovala za možnost se exkurze v Nemocnici České Budějovice účastnit a uvedla, že pozvání docenta Duška na platformu Komise jí přijde opravdu na místě.

Předseda ukončil rozpravu.

3. Informace o osvětové kampani ke Světovému týdnu kojení 2024

Předseda otevřel třetí bod jednání. Poděkoval všem, kteří se na kampani ke Světovému týdnu kojení 2024 v prvním srpnovém týdnu podíleli, a vyjádřil radost nad koordinací spolupráce následujících orgánů a organizací: sekretariátu Komise a tiskového oddělení MZ, ÚZIS, Úřadu vlády - zmocněnkyni vlády pro lidská práva a Odboru rovnosti žen a mužů, SZÚ a WHO. Úřadu vlády speciálně poděkoval za to, že na své náklady vytiskl brožury, které z kampaně vzešly (a které dostali k dispozici i členky a členové Komise).

Předal slovo A. Majerčíkové, aby kampaň shrnula. A. Majerčíková uvedla, že oproti loňskému roku, kdy byly v rámci Světového týdne kojení 2023 zveřejněny dva posty na sociálních sítích, byla letošní kampaň daleko ambicióznější. Podařilo se zveřejnit nová data z ÚZIS za rok 2023, z ÚZISu vzešla též velmi pěkná grafika. Proběhla snídaně s novináři. Přes vysvětlení poté v novinových člancích novináři zaměřovali termín plného a výlučného kojení, A. Majerčíková se těší na sladění terminologie WHO s ÚZISem. Posty na sociálních sítích byly zveřejňovány denně a předány partnery kampaně. Zkušenosti z kampaně jsou využitelné při přípravě komunikační strategie k BfHI. L. Hradecká dodala, že na kampani ke Světovému týdnu kojení byl více než měsíc práce, na kampani spolupracovala Pracovní skupina pro sledování dat a kontrolu realizace programu BfHI.

A. Majerčíková se zeptala na připomínky ke kampani, podněty ke zlepšení, M. Pavlíková zmínila barvy a jejich signální význam (červená), J. Jírová reagovala, že záměrem bylo dát důraznou barvu na údaje, které bylo potřeba zvýraznit.

Předseda ukončil rozpravu.

4. Schválení Strategie BfHI 2018 vládou a vyplývající úkoly

Předseda otevřel čtvrtý bod jednání. Dne 11. září 2024 schválila vláda dlouho připravovanou strategii k program Baby-friendly Hospital Initiative (dále jen "Strategie"). Finální znění i vypořádací tabulku obdrželi členky a členové Komise mailem, celá vypořádací tabulka i s připomínkami z vnějšího připomínkového řízení je také dostupná na Portálu poradních orgánů Ministerstva zdravotnictví.

Předal slovo A. Majerčíkové, aby shrnula další kroky sekretariátu Komise.

A. Majerčíkové uvedla, že vzhledem k delšímu vypořádávání připomínek, byly ve Strategii příslušně termíny u celkové strategie končí dle původního plánu v roce 2030. Na základě úprav termínů byla nově aktualizována implementační tabulka, kterou sekretariát Komise rozešle všem partnerům. Řešila se ještě autorizace překladu implementačního manuálu u WHO. E. Selinger doplnila, že autorizace překladu je v běhu, cílem je zveřejnit překlad na stránkách WHO do ledna nebo února roku 2025. A. Majerčíková sdělila, že druhý manuál týkající se malých, nemocných a nedonošených dětí překládá přímo WHO a bude též zveřejněn na webu WHO. Překlad výkonnostních indikátorů zdravotníků byl za MZ zadán na začátku října překladatelské agentuře a bude hotový do konce letošního roku. Další úkoly vyplývající ze Strategie už jsou v běhu nebo dokonce splněné, např. vytvoření Pracovní skupiny pro rozvoj sítě bank a sběrů mateřského mléka. Sekretariát Komise se nyní prioritně zaměří na úkoly do konce roku 2024, jako je metodický pokyn ke Kodexu nebo zveřejňování informací na NZIP.

Do rozpravy se nikdo nepřihlásil, předseda bod uzavřel.

5. Nový autoregulační dokument čtyř výrobců mléčné výživy

S ohledem na časový předstih jednání oproti plánovanému časovému harmonogramu předřadil předseda bod jednání č. 5.

Dne 3. října 2024 publikoval Český svaz značkových výrobců dokument s názvem "Kodex pravidel a postupů pro interakci mezi odvětvími kojenecké výživy, zdravotnickými pracovníky a dalšími subjekty", který označil za "etický standard v oblasti kojenecké výživy". Jedná se ve své podstatě o dohodu mezi společnostmi Danone a. s., Hero Czech s.r.o., Hipp Czech s.r.o. a Nestlé Česko s.r.o. nahrazující dřívější, ale věcně mnohem rozsáhlejší dokument těchto společností z roku 2014. Následně Ministerstvo zdravotnictví obdrželo nový dokument spolu s výzvou ostatním výrobcům komerční umělé výživy, aby se k autoregulaci připojili.

Předseda uvedl, že před odpovědí zástupcům společností chce toto téma projednat na této platformě, za účelem prodiskutování bodu otevřel předseda rozpravu.

P. Koczó uvedl, že nový dokument výrobců komerční umělé výživy pokládá za reakci nejen na schválení Strategie, ale veškeré aktivity Komise vůbec. Předseda reagoval, že předchozí ministr průmyslu a obchodu byl osloven se žádostí o zastavení činnosti této Komise. L. Hradecká se otázala, kdy k této žádosti ze strany Českého svazu značkových výrobců došlo. J. Pavlovic reagoval, že to bylo na jaře roku 2024.

L. Hradecká uvedla, že načasování vzniku dokumentu nepovažuje za náhodu, obsah dokumentu není v souladu ani se Strategií ani s Kodexem. Snahu o autoregulaci považuje za jednu z hlavních technik, jak oslabit faktickou regulaci a je na místě, aby se proti tomu Komise nesouhlasně vymezila. Osobně má zkušenost, kdy se jí zástupci těchto výrobců pokoušeli zkontaktovat, zejména v době, kdy se stala tajemnicí Pracovní skupiny k porodnictví a navrhla k projednání téma podpory kojení.

A. Poloková uvedla, že autoregulační dokument přímo validuje konflikt zájmů mezi výrobcem výživy a zdravotnickým systémem, jde o komerční dokument, který se snaží jen a pouze o upevnění pozice výrobců umělé dětské výživy. Navrhla na půdě Komise vytvořit oficiální usnesení v duchu nejnovějších dokumentů WHO.

E. Selinger uvedla, že může jen souhlasit s tím, co již zaznělo. Autoregulace není efektivní a za WHO nabízí podporu a dodání dokumentů.

A. Majerčíková reagovala, že materiál má řadu nedostatků, v rámci stručnosti shrne jen některé. Výrobci komerční dětské výživy se odkazují pouze na původní text Kodexu z roku 1981 a neberou v potaz navazující rezoluce, tedy zcela ignorují např. problematiku střetu zájmů. Pravidla z evropské legislativy nejsou do autoregulačního dokumentu vůbec propána, např. nařízení Evropského parlamentu a Rady č. 609/2013 uvádí, že propagační materiály včetně obrázků nesmí idealizovat krmení z lahve, což výrobci vůbec nevzali v potaz atd. Pozastavila se nad úpravou vzdělávání pracovníků ze strany výrobců - vzdělávání zdravotníků a zdravotnic nemá zajišťovat soukromý sektor a už vůbec ne jeho marketingový personál. Výzkum jimi financovaný pak výrobci nazývají nezávislým výzkumem. Závěrem poukázala na matení veřejnosti s ohledem na nazvání dokumentu "kodexem".

A. Kredbová uvedla, že souhlasí s A. Polokovou s vydáním usnesení Komise.

Předseda navrhl následující usnesení:

Usnesení č. 3/2024:

(1). Komise konstatuje, že v čase připravované přísnější regulace marketingu komerční umělé výživy pro novorozence a malé děti publikovali čtyři výrobci komerční dětské výživy, sdružení v Českém sdružení pro značkové výrobky, vzájemnou dohodu ohledně pravidel interakce se zdravotníky a že tato dohoda není v souladu s Mezinárodním kodexem marketingu náhrad mateřského mléka WHO a UNICEF ve znění navazujících rezolucí (dále jen "Kodex") a s příslušnou evropskou legislativou.

(2). Komise připomíná, že dodržování Kodexu je pro obchodní společnosti vyrábějící komerční dětskou výživu závazné bez ohledu na stav národní legislativy a obchodní společnosti si nemohou selektivně vybírat, která pravidla Kodexu budou, nebo nebudou dodržovat, ev. jak si je interpretovat.

(3). Komise pověřuje předsedu Komise, aby v souladu s bodem 1 a 2 informoval České sdružení pro značkové výrobky a aby apeloval na plné dodržování Kodexu, který je celosvětově uznávaným minimálním standardem ochrany kojenců, malých dětí, jejich matek a rodin i zdravotníků a zdravotnic.

Výsledek hlasování: 15 PRO, 0 PROTI, 0 SE ZDRŽEL(A). Usnesení bylo přijato.

P. Koczó za MPO doplnil, že vyhověli MZ a doplnili do novely zákona o regulaci příslušných ustanovení týkajících se reklamy na humánní léčivé přípravky a museli zároveň doplnit srovnávací, rozdílové tabulky a přehled dopadů regulace (RIA). Český svaz značkových výrobců poslal připomínky skrze Hospodářskou komoru České republiky, vyhověno bylo dvěma z nich týkajícím se reklamy na humánní léčivé přípravky (po odsouhlasení s MZ), zbytek byl zamítnut. Dále uvedl, že dne 21. listopadu od 16 hodin proběhne v poslanecké sněmovně kulatý stůl týkající se kojenecké a dětské výživy.

L. Hradecká se zeptala, zda kulatý stůl má proběhnout pod záštitou nějaké poslankyně nebo poslance, což pan Koczó potvrdil s tím, že bližší informace nemá. L. Hradecká požádala o sdílení informace ke konání kulatého stolu pro celou Komisi.

A. Lemrová se vrátila ke Kodexu s tím, že obsahuje část týkající se influencerů, čímž se v rámci NetCode zabývá docentka Hejlová, která je hostkou dnešního jednání.

A. Poloková navrhla doplnění čtvrtého bodu usnesení, který by vyjádřil, že není přijatelné aby výrobci umělé výživy nebo jejich sdružení měli interakce takového typu, jak je navrhováno v dokumentu, se zdravotníky a aby poskytovali granty k vědeckému výzkumu a byli vzdělavateli pro zdravotní systém. A. Majerčíková reagovala, že toto je uvedeno v navazujících rezolucích. Předseda reagoval, že návrh A. Polokové může více rozepsat ve vlastním dopise Českému sdružení pro značkové výrobky a dopis může být zveřejněn. L. Hradecká nabídla pomoc s formulováním odpovědi v případě přijetí usnesení.

A. Lemrová reagovala, že tento problém je napříč celým zdravotnictvím, nikoliv jen při kojení, a Komise se snaží regulovat pouze jednu oblast. L. Hradecká v reakci na to uvedla, že jako Komise zabývající se problematikou kojení by navrhla držet se pouze tématu kojení, byť jinak s A. Lemrovou souhlasí. A. Majerčíková reagovala, že v rámci WHO byl Kodex prvním dokumentem regulujícím marketing komerčních společností, protože WHO a UNICEF vnímali tuto oblast jako klíčovou.

Předseda ukončil rozpravu a dal hlasovat o přijetí usnesení.

6. Průběžné výsledky z protokolu NetCode

Předseda uvedl šestý bod jednání, průběžné výsledky protokolu NetCode, tzn. analýzu marketingu komerční dětské výživy dle společné metodiky WHO, UNICEF, International Baby Action Network a dalších partnerů. Analýzu zadával Státní zdravotní ústav s financováním z Ministerstva zdravotnictví. Přivítal dvě výzkumnice, které měly jednotlivé moduly protokolu NetCode na starosti, doc. PhDr. Denisu Hejlovou, Ph.D. z FSV UK a Mgr. Miroslavu Zemanovou Ph.D. z UJEP. Následně předal slovo D. Hejlové.

D. Hejlová uvedla svou prezentaci Analýza dodržování Mezinárodního kodexu marketingu mateřského mléka, ve které prezentovala výsledky smluvního výzkumu z letošního roku zaměřeného na analýzu dodržování Mezinárodního kodexu marketingu mateřského mléka v České republice, na kterém spolupracovala s kolegyní Mgr. Markétou Kaclovou a asistentkami. Metodiku sběru dat aktualizovali, neprobíhala formou sběru papírových dotazníků, ale digitalizovaně a řadu dat bylo třeba nakoupit (údaje o televizním čase). Oproti zadání byl do metodiky přidán influencer marketing a online

nakupování, s ohledem na změnu chování spotřebitelů; sběr dat byl vícezdrojový prostřednictvím různých kanálů.

MODUL B zahrnoval celkem 49 míst prodeje (34 malých prodejen; 10 velkých prodejen a 5 e-shopů), 20 nejčastěji zastoupených značek, které byly identifikovány během hodnocení obalů v obchodech, a všechny kanály jejich propagace včetně sociálních sítí. Byl zjištěn výrazný rozdíl v množství slev mezi online a kamennými prodejny, kdy v online prodejnách je jich více; slevy na počáteční náhradní mateřské mléko zaznamenali výjimečně (7 maloobchodních prodejen); regulace reklamy byla zřetelnější v kamenných prodejnách. Data byla sbírána v těchto kategoriích výrobků: lahve, savičky, dudlíky, kaše, zeleninové a masozeleninové příkrmky, čaje a džusy, náhrady mateřského mléka, ovocné přesnídávky a snacks. D. Hejlová poznamenala, že Češi jsou národ milující slevy a s touto optikou je potřeba se na data dívat, slevy jsou u nás nadužívány: ve sledovaném segmentu a období byly nejrozšířenější pobídkou využívanou průměrně u čtvrtiny produktů; další pobídkou jsou věrnostní programy. Sledována byla i zdravotní a výživová tvrzení, nejčastější byla ta zmiňující imunitu ("Pomáhá budovat imunitní systém") s 30 % prevalencí, další oblíbená tvrzení jsou ta zmiňující pohodlí a podobnost mateřskému mléku. D. Hejlová upozornila na návodnost některých tvrzení ("Výrobek obsahuje mléčné kultury *L. fermentum* vyskytující se v mateřském mléce").

D. Hejlová uvedla, že dle jejího názoru je k diskusi případná úprava metodologie do budoucna: řada údajů by se dala sbírat automatizovaným způsobem (online nákupy), např. z lékáren už tento sortiment mizí, s ohledem na vysokou náročnost výzkumu by doporučovala zaměřit se jen na to, co je relevantní.

M. Pavlíková upozornila na fotku prezentovanou na slidu 11, kdy je v prodejně police s náhradním mateřským mlékem a všechna mléka kromě počátečního jsou dle údajů na cedulkách ve slevě, cena všech mlék je však stejná včetně toho počátečního (které je tím pádem také ve slevě, ale nepřiznané). D. Hejlová dále prezentovala příklady porušení Kodexu, změny chování výrobců s digitalizací prodeje. Vyskytují se důležitá upozornění o výrobku formou vyskakovacích oken, která stačí 1x odkliknout, u kaší v celé polovině případů toto upozornění chybělo. Stran výzkumu digitální reklamy vyplynulo, že televizní reklama není pro tento typ produktů tolik využívána, v televizní reklamě dominuje značka Nutrilon. Dále byla prezentována četnost internetových reklam (nejvíce webové stránky, dále Facebook a Instagram). D. Hejlová upozornila, že některé typy produktů lze koupit online i v obchodech s elektronikou (např. Alza) a tito prodejci nabízí k výrobkům i své vlastní osvětové texty. J. Němečková toto potvrdila na základě své zkušenosti, kdy je spolu s kolegyněmi oslovována různými prodejci a výrobci ("Pojďte nám dělat poradnu!", "Pojďte nám psát články!"), kdy tuto aktivitu pozorují ve vyšší míře.

D. Hejlová dále upozornila na influencer marketing jako oblast, která si zaslouží pozornost Komise. Jako stakeholderi slouží firmám uživatele sociálních sítí s desítkami až stovkami tisíc sledujících, kdy jsou tito uživatelé vybízeni, aby se přihlásili k testování produktů a to potom sdíleli na svých osobních profilech. Jako příklad prezentovala návod na kampaň na mléčnou kaši Sunar od německé značky trnd.com spadající do Weber's Malgruppe skupiny Gruner + Jahr, RTL, jde o velkou respektovanou německou mediální skupinu. Výsledkem jsou fotografie, na kterých je dítě umístěno vedle produktu a prezentováno na profilu daného uživatele ("ambasadora značky"). Dle D. Hejlové je toto typ reklamy s největším dopadem na kojící matky, nikoliv televize nebo noviny. Ona sama influencer marketing sleduje 7 let, v ČR aktuálně probíhá debata o novelizaci zákona o regulaci reklamy, toto však spadá pod zákon o ochraně spotřebitele, kdy spotřebitel musí být schopen rozeznat, že se jedná o komerční nabídku. Má zkušenost (z jiných segmentů), že toto lze komunikovat s velkými výrobci, aby reklamu označovali; u menších výrobců naopak nabyly zkušenosti, že ti pravidla regulace reklamy nedodržují vůbec. Další oblastí, na kterou výrobci cílí, je spojení produktu s doporučením odborníka, např. doporučeními od lékařů - Česká pediatrická společnost doporučující mléka Hami.

Na závěr prezentace D. Hejlová shrnula výsledky analýzy v širším kontextu marketingové a přesvědčovací komunikace. Uvedla, že metodologie Kodexu odpovídá spíše zemím 3. světa a proto je potřeba brát výsledky s rezervou, trh v ČR je velmi digitalizovaný (i ve srovnání s jinými zeměmi západního světa). Doporučila Komisi zlepšit strategickou komunikaci, začít dělat osvětu jiným

způsobem (nikoliv plakáty, ale formou rozhovorů, videí, zveřejňováním best practises). V digitální komunikaci je důležitý a neregulovaný vliv digitálních tvůrců na rozhodování matek (influencer marketing). Tento vliv může být do budoucna významnější než TV reklama, proto by doporučila úpravu legislativy v oblasti influencer marketingu.

Předseda otevřel rozpravu, do které se přihlásila A. Majerčíková. Ta poděkovala D. Hejlové za prezentaci a poznamenala, že pokládá za zásadní problém prezentovaného výzkumu, že v potaz nebyla vzata evropská legislativa. Nařízení Evropské unie obsahují např. zákazy zdravotních a výživových tvrzení, tzn. všechna prezentovaná výživová tvrzení na výrobcích by tam být vůbec neměla a ukazuje to na nefunkčnost kontrolních mechanismů. Tato nařízení obsahují i požadavky na informace v informačních a vzdělávacích materiálech týkajících se výživy dětí, což se vztahuje i na text prezentovaný u Alzy. Navrhla D. Hejlové doplnit do zprávy evropskou legislativu a vzít ji v potaz při formulaci závěrečných doporučení. D. Hejlová reagovala, že toto vše je v písemné zprávě uvedeno, prezentace nepostihuje zprávu celou.

A. Majerčíková dále uvedla, že protokol NetCode je velmi formální: řeší, nakolik jsou rodiče kojenců a malých dětí vystaveni reklamě, neřeší ale její obsah a dopad, navrhla D. Hejlové toto doplnit do úvodu analýzy jako popis limitu analýzy. D. Hejlová souhlasila, že toto je opravdu limit protokolu NetCode, pro bližší zkoumání dopadu zdravotních tvrzení by doporučila zkoumat neuromarketing, velký dopad na spotřebitele má vizuální obraz marketingu. A. Majerčíková reagovala, že reklama je prakticky všude, kde se matky kojenců a malých dětí pohybují. Doplnila, že dle Kodexu je zakázána jakákoliv reklama výrobků, které vedou k tomu, že do šesti měsíců věku dítěte nedochází k výlučnému kojení, např. i kojící čaje, sušenky apod., tedy tento věcný rozsah v NetCode je v pořádku. Navrhla D. Hejlové změnu názvu analýzy na “Analýza marketingu komerční dětské výživy dle protokolu NetCode”, obdobně jako v Polsku, než ji vztahovat pouze ke Kodexu, a to s ohledem na to, že Kodex se neustále rozšiřuje (od roku 2019 byly přijaty nové rezoluce). K digitálnímu marketingu už existují pokyny od WHO, navazující rezoluce je očekávána příští rok.

A. Lemrová reagovala, že zpráva z výzkumu bude postihovat všechny modely dohromady.

D. Hejlová doplnila, že by doporučovala zkoumat matky více holisticky, antropologickým přístupem.

A. Poloková podotkla k terminologii, že oficiální název WHO pro umělou výživu je “komerční umělá výživa” a vrátila se k doporučení D. Hejlové prostřednictvím prodejců ovlivňovat šířené informace (již zmíněná Alza), dle jejího názoru nejde o doporučení k podpoře kojení, ale sociální marketing - systém, který cíleně využívá klíčová slova pro snazší vyhledávání produktů, nikoliv pro podporu kojení. D. Hejlová reagovala, že jde o content marketing a zmínila oblast urbánních pověr a mýtů, které jsou stran kojení a výživy dětí velmi rozšířené a v takovém srovnání považuje možnost ovlivnit content marketingová sdělení za příležitost. L. Hradecká reagovala, že informace sdělované prostřednictvím content marketingu nejsou dostačující a řada informací zde prezentovaných je problematická. Zeptala se na možnost získat k dispozici draft analýzy ještě před jejím zveřejněním.

Následovala prezentace M. Zemanové “Analýza dodržování Mezinárodního kodexu marketingu náhrad mateřského mléka dle protokolu NetCode, Modul A, Metodika a parciální výsledky”, kterou M. Zemanová uvedla s tím, že výsledky nejsou ještě kompletní zejména s ohledem na nelehkou spolupráci s pediatry a rodiči u nich registrovaných dětí. Modul A měl tři cíle:

1. Posoudit prevalenci expozice matek s dětmi do 24 měsíců marketingu relevantních produktů prostřednictvím klíčových kanálů jako jsou zdravotnická zařízení, maloobchodníci, média a přímý kontakt se společnostmi.
2. Posoudit prevalenci interakcí mezi zdravotnickými pracovníky a zástupci společností, které prodávají relevantní produkt.
3. Posoudit množství a obsah propagačních materiálů nalezených ve veřejných i soukromých zdravotnických zařízeních.

M. Zemanová popsala metodiku sběru dat v pediatrických ordinacích v Praze, Brně a Zlíně. Nebylo lehké spolupráce s ordinacemi dosáhnout, nejprve byli odmítnuti Sdružením praktických lékařů pro děti a dorost ČR, nakonec se podařilo navázat spolupráci prostřednictvím přímého oslovování

pediatrických ordinací mailem, kdy z 300 ordinací jich reagovalo 20 a některé posléze další spolupráci odmítly. Nebylo tedy možné postupovat dle metodiky protokolu NetCode, která určuje výběr ordinací metodou pravděpodobné úměrné velikosti. Cílovým vzorkem mělo být 33 pediatrických zařízení a 330 matek, tedy 10 matek v každé ordinaci, kdy 5 matek má být s dítětem věku 0-5 měsíců a 5 matek s dítětem věku 6-24 měsíců, což se nepodařilo dodržet. Dalším limitem metodologie byl požadavek vyšetřit matky v jeden den, což se zejména v Praze ukázalo jako nereálné. Sběr dat bude ukončen tento týden, M. Zemanová nechtěla Komisi prezentovat nekompletní soubor. Nicméně může z dosavadních odpovědí matek říct, že jim reklama splývá a nejsou schopné identifikovat, kde se s jakým typem reklamy setkaly; dále může potvrdit, že naprostá většina zkoumaných pediatrických ordinací byla bez reklamy.

A. Majerčíková se zeptala, zda nebylo možné, že se výzkumníci (i díky odmítnutí odbornou společností) dostali ke vzorku poučených pediatriů (ve smyslu podpory a ochrany kojení) a tím budou výsledky výzkumu ovlivněné. M. Zemanová reagovala, že celkový vzorek byl 36 ordinací, 17 z toho zareagovalo na oslovení mailem a zbytek byl vybrán náhodně. Dále popsala mechanismus, jakým jsou v čekárnách spravovány police s reklamními letáky (např. letáček na lactobacilové kapky s nápisem "Kendamil" - toto byla ojedinělá situace). Někteří pediatri popisovali M. Zemanové trend, kdy je pozornost zástupců firem vyrábějících náhrady mateřského mléka zaměřena na jejich ordinace, nikoliv neonatologická oddělení porodnic, a cílem je propagovat náhrady mateřského mléka, které mohou děti užívat od věku 6 měsíců do 4 let. Využívají k tomu např. dárkové balíčky "Happy Baby" obsahující různé produkty (čaje, kojenecké vody, letáčky, vzorky pokračovacího mléka). A. Majerčíková poznamenala, že firmy se zaměřují i na alergology a další specialisty, protože náhradní mléka pro zvláštní lékařské účely se stávají velkým segmentem trhu.

M. Zemanová dále prezentovala průběh výzkumu na porodnických a neonatologických odděleních deseti nemocnic v Praze, Brně a Zlíně, kde byl vysoký zájem o spolupráci. Uvedla, že na otázku "Kontaktovali vás nebo jiný personál ve vašem zařízení v posledních 6 měsících pracovníci firem, které prodávají náhrady mateřského mléka, kojenecké lahve nebo dudlíky?" odpovědělo z 30 respondentů 21 ne. Kontakt byl popisován 1x za půl roku a neaktivnější v něm byla firma Nestlé, nejčastějším důvodem kontaktu bylo uváděno poskytnutí informačních nebo vzdělávacích materiálů. M. Zemanová také zjistila, že náhradní mateřská mléka objednávají na neonatologická oddělení obchodní oddělení nemocnic, lékaři do objednávek nezasahují, s výjimkou specializovaných mlék. Prezentovala odpovědi zdravotníků z nemocnic, kteří se domnívají, že Kodex je dodržován (zejména ve srovnání s několika roky zpětně) a jako problém vidí spíše to, že řada matek kojit nechce nebo nemůže (např. kvůli užívání antidepresiv) a jako vyloženě problematické označují brzké odchody matek z porodnice, kdy tyto matky nemají rozjetou laktaci a takzvaně "spadnou do vzduchoprázna". J. Pavlovic reagoval, že v úhradové vyhlášce je připravena bonifikace poskytovatelů zdravotních služeb, kteří budou při propuštění dítěte z porodnice rovnou indikovat péči porodní asistentky v domácím prostředí. M. Zemanová poznamenala, že laktační poradenství je sice bodově ohodnoceno, ale nižším bodovým ohodnocením než sesterská práce, což snižuje zajímavost edukace laktace v nemocnicích. Následně prezentovala fotografie chodeb porodnických oddělení a ordinací pediatriů, ze kterých je patrná nulová reklama, ordinace vypadají spíše jako dětské herny. A. Majerčíková se zeptala, ve kterých nemocnicích probíhal výzkum. M. Zemanová reagovala, že všech 6 pražských nemocnic, 3 brněnské a jedna ve Zlíně; otázka je, jak by vypadaly výsledky z nemocnic v regionech. A. Majerčíková reagovala, že na základě dat z ÚZISu je patrné, že větší nemocnice ve jmenovaných městech vykazují lepší podporu kojení oproti mnoha menším nemocnicím v regionech. M. Zemanová na závěr doporučila Komisi zaměřit se na vlastní vykazování kojení v nemocnicích. Předseda poděkoval za přednesené prezentace a uzavřel tento bod jednání.

7. Data o výživě novorozenců v nemocnicích za rok 2023

Předseda uvedl sedmý bod jednání a předal slovo A. Majerčíkové. Ta s ohledem na nedostatek času uvedla, že data o výživě novorozenců za rok 2023 z ÚZIS byla členkám a členům Komise

zaslána spolu s programem dnešního jednání a podrobněji se jimi bude zabývat Pracovní skupina pro sběr dat a kontrolu realizace programu BfHI na svém odpoledním zasedání.

Předseda přivítal Ing. Miloslavu Kramnou z občanského sdružení Aperio, které sbírá a analyzuje data z porodnic skrze "Průvodce porodnicemi Aperio" (provozováno od r. 2002), průvodce představuje profily jednotlivých porodnic. M. Kramná představila analýzu dat za roky 2019 – 2023, kdy sběr dat probíhal přímo od personálu porodnic a také od rodiček (dotazník Ohodnoťte svou porodnici), v rámci tohoto dotazníku bylo analyzováno 7 500 dotazníků od rodiček s porodem mezi 38. a 42. týdnem těhotenství. Kromě údajů pro datovou analýzu uvádějí rodičky do dotazníku i vzkazy hodnotící péči v dané porodnici; v rámci prezentace byly představeny dva vzkazy, které ukazují na nepodporu kojení v dané porodnici.

Analýza porovnává tato data:

- způsob porodu respondentek,
- zahájení kojení do 2 hodin po porodu,
- souvislost časného zahájení kojení a kojení při propuštění z porodnice,
- doporučení ke kojení poskytovaná personálem porodnice,
- souvislost doporučení jak často kojit a kojení při propouštění z porodnice,
- dokrmování dítěte na oddělení šestinedělí,
- výlučné kojení,
- vážení dítěte před a po kojení,
- způsob krmení při propuštění z porodnice.

M. Kramná upozornila, že data za rok 2023 nemusí být úplně vypovídající, protože za tento rok bylo nejméně dotazníků. Stran statistik doplnila, že dostupnost statistik týkajících se kojení se od r. 2023 zlepšila, informace jsou zveřejňovány v rámci Národního registru reprodukčního zdraví. V souhrnných zjištěných se od něj data Aperia neliší více než o 2 procentní body. Z analýzy Aperia dále vyplývá nejednotnost doporučení stran kojení napříč porodnicemi, mnoho porodnic nesleduje, zda dítě bylo během pobytu dokrmováno ani způsob dokrmu, je zaměřováno plné a výlučné kojení (i v datech ÚZIS). Některé porodnice do dat ÚZIS dokrmy v průběhu pobytu v porodnici přiznávají, některé ne. A. Majerčíková se zeptala, zda je možné zjistit, které porodnice to jsou. M. Kramná zmínila Nemocnici Teplice, která přiznává vysoké procento dokrmovaných dětí. A. Majerčíková uvedla, že Nemocnice Teplice má nejhorší výsledek plně kojenných dětí ve srovnání s ostatními zařízeními základní péče. Je možné, že nemocnice vykazuje výlučné kojení ve smyslu indikátoru WHO narozdíl od ostatních porodnic.

Předseda poděkoval M. Kramné za prezentaci.

8. Různé

Předseda otevřel bod Různé, do kterého se nikdo nepřihlásil, následně poděkoval všem přítomným za účast na dnešním jednání Komise pro výživu kojenců a malých dětí a také za spolupráci v rámci Komise vůbec.

Shrnutí úkolů pro sekretariát, členky/členy Komise a členky/členy Pracovní skupiny:

Úkol: Stanovení termínu příští Komise

Zodpovídá: sekretariát Komise

Termín: co nejdříve

Přílohy zápisu:

1. Data o výživě novorozenců v nemocnicích za rok 2023 k bodu 7
2. Prezentace M. Kramné k bodu 7

V Praze dne 22. října 2024

Zapsala: Josefa Kolmanová, tajemnice Komise

Schválil: Josefa Pavlovic, předseda Komise