



Корпоративная политика
FrieslandCampina
в отношении маркетинга
пищевых продуктов для детей
грудного возраста

Введение

Международный Кодекс маркетинга заменителей грудного молока («Кодекс») ВОЗ принят Всемирной ассамблеей здравоохранения (ВАЗ) в мае 1981 г. После этой даты Всемирная Ассамблея Здравоохранения приняла ряд резолюций, касающихся маркетинга и распределения заменителей грудного молока.

Как указано в одной из преамбул Кодекса, производители и дистрибьюторы заменителей грудного молока играют важную и конструктивную роль в отношении кормления детей грудного возраста и продвижения цели и принципов Кодекса и его надлежащей реализации.

Обязательство компании FrieslandCampina

Компания FrieslandCampina осуществляет деятельность, неизменно направленную на улучшение здоровья детей грудного и раннего возраста. Мы ясно озвучили свое стремление расти как мировой игрок на рынке пищевых продуктов для детей грудного и раннего возраста. Чтобы делать это с полной ответственностью, необходимо чтобы принципы Кодекса прочно укоренились в нашей компании и чтобы наши действия осуществлялись в соответствии с ними.

Компания FrieslandCampina обязуется придерживаться цели и принципов Кодекса и последующих соответствующих резолюций ВАЗ: *вносить свой вклад в обеспечение детей грудного и раннего возраста безопасным и адекватным питанием путем защиты и пропаганды грудного вскармливания, и если необходимо, путем обеспечения надлежащего использования заменителей грудного молока, предоставляя достоверную информацию и организуя соответствующий маркетинг и распространение этих продуктов.* Сотрудники и партнеры компании FrieslandCampina, работающие в сфере маркетинга и продаж продуктов для детей грудного и раннего возраста, должны быть надлежаще осведомлены и действовать соответствующим образом.

Цель

Цель Корпоративной политики FrieslandCampina в отношении маркетинга продуктов для детей грудного возраста («Политика») - привести практику маркетинга и продаж FrieslandCampina в соответствие с рекомендациями Кодекса и последующих соответствующих резолюций ВАЗ. Она содержит девять Руководящих принципов, определяющих наш подход к маркетингу и продажам фирменной продукции FrieslandCampina для детей грудного и раннего возраста. Она устанавливает принципы поведения, которые должны усвоить сотрудники и партнеры FrieslandCampina, работающие в сфере маркетинга и продаж этих продуктов.

В дополнение к настоящей Политике FrieslandCampina разработала корпоративный стандарт по маркетингу продуктов для грудных детей, устанавливающей обязательство FrieslandCampina в отношении каждой статьи Кодекса. Разработан также ряд инструментов, упрощающих реализацию Политики и Стандарта в рамках компании и являющихся её проводником в повседневной деловой практике.

Область применения

Настоящая Политика распространяется на все уровни компании. Во всех странах, где продаются фирменные продукты FrieslandCampina для детей грудного и раннего возраста, практика маркетинга и продаж должны соответствовать требованиям данной Политики. Маркетинг и продажи нашей продукции регулируются также национальным законодательством и кодексами.

Область применения Политики определяется в каждой стране отдельно с учетом её соответствующего законодательства или кодекса, в соответствии с которыми определяются продукты, подпадающие под термин «предусмотренные продукты». В России, Украине и Беларуси, а также странах, куда Россия осуществляет поставки продукции, если иное не предусмотрено применимым законодательством, предусмотренными продуктами считаются фирменные смеси FrieslandCampina для здоровых грудных детей, а также грудных детей с особыми медицинскими показаниями в возрасте 0-6 месяцев. Некоторые положения настоящей Политики распространяются также на «исключенные продукты», что гарантирует соответствие маркетинга и продаж этих продуктов требованиям настоящей Политики.

Обязанности

Всю полноту ответственности за реализацию данной Политики несет исполнительный совет FrieslandCampina. Разработчиком политики является корпоративный отдел по связям с общественностью и вопросам качества (*Corporate Public & Quality Affairs department*), который отвечает также за внесение в неё необходимых изменений.

Генеральный директор каждой операционной компании FrieslandCampina отвечает за то, чтобы сотрудники и дистрибьюторы FrieslandCampina знали и соблюдали принципы настоящей Политики. Назначенные ответственные руководители отвечают за реализацию данной Политики в повседневной деятельности каждой операционной компании, включая разработку и применение процедур по проверке и обеспечению того, чтобы маркировка, маркетинг, продажи и продвижение нашей продукции соответствовали положениям настоящей Политики.

Весь персонал, занимающийся маркетингом и продажей продуктов FrieslandCampina для детей грудного и раннего возраста, обязан соблюдать принципы настоящей Политики.

Руководящие принципы FrieslandCampina

1. Мы придерживаемся Кодекса и соблюдаем национальные законодательство и кодексы.

Политика FrieslandCampina в отношении маркетинга продуктов для грудных детей базируется на целях и принципах Кодекса и последующих резолюциях ВОЗ. FrieslandCampina также обязуется соблюдать национальные законодательство и кодексы в каждой стране, где мы продаем нашу продукцию с учетом местных социальной и культурной практики.

2. Лучшее молоко – это грудное молоко

Грудное вскармливание - лучший способ обеспечить здоровый рост и развитие детей в первые месяцы их жизни. FrieslandCampina поддерживает рекомендацию ВОЗ кормить ребенка исключительно грудным молоком в течение первых шести месяцев жизни и продолжать грудное вскармливание наряду с введением безопасного и надлежащего прикорма в возрасте до двух лет и старше. Наша маркетинговая деятельность и распространение продукции не подрывают принцип грудного вскармливания (или его продолжения).

3. Родители вправе делать осознанный выбор после консультации с независимым специалистом

Если матери не могут или по какой-либо причине предпочитают не кормить ребенка грудью и грудному молоку требуется безопасная альтернатива, логичным становится переход на молочные смеси. В таких случаях FrieslandCampina считает, что родители имеют право на осознанный выбор в отношении питания своего ребенка. Поэтому родители должны получать достоверную и научно обоснованную информацию об альтернативном питании и о правильном и безопасном использовании смесей для грудных детей, в том числе с помощью хорошо информированных независимых медицинских работников.

4. Мы не продвигаем предусмотренные продукты непосредственно потребителям

FrieslandCampina не стремится к каким-либо контактам с потребителями в целях продвижения предусмотренных продуктов. Не допускается рекламировать, распространять образцы и пропагандировать предусмотренные продукты среди широкой публики.

Запрещается указывать, что прикорм для грудных детей предназначен для введения его в рацион детей в возрасте до шести месяцев, а также продавать его для использования в питании детей в возрасте до шести месяцев.

5. Маркировка наших продуктов обеспечивает четкую и понятную информацию

Маркировка предусмотренных продуктов содержит понятную информацию о правильном и безопасном использовании продукта и не идеализирует их использование с помощью текста или рисунков. В маркировке предусмотренных продуктов подчеркивается, что кормление грудью - это наилучший способ кормления детей грудного возраста и что перед использованием такого продукта следует проконсультироваться у специалиста.

6. Взаимодействие с медицинскими работниками ограничивается строгими условиями.

В передаче адекватной информации, инноваций и результатов оценки продуктов важную роль играет взаимодействие между сотрудниками FrieslandCampina и медицинских работниками. Оно должно осуществляться с соблюдением строгих условий. Передача предусмотренных продуктов учреждениям, спонсорская деятельность, субсидирование и подарки работникам здравоохранения осуществляются с соблюдением особых правил. Во всех случаях предоставление помощи и материалов должно оформляться соответствующими документами, осуществляться в условиях прозрачности и подвергаться проверке.

7. Информация о нашей продукции и информационные материалы для медицинских работников содержат научно обоснованные данные

FrieslandCampina непрерывно улучшает свою продукцию и разрабатывает новые продукты, используя новейшие научные достижения. В поддержку достижения нашей цели - обеспечить безопасное и надлежащее питание для детей грудного и раннего возраста FrieslandCampina специально для медицинских работников разрабатывает материалы исключительно с учетом фактических данных и достоверной научной информации.

8. Наша система управления эффективностью стимулирует соблюдение Политики

Сотрудники FrieslandCampina, участвующие в маркетинге и продаже продуктов для детей грудного и раннего возраста, знают цели и принципы Кодекса и настоящей Политики и действуют в соответствии с ним. Изучение данной Политики проводится систематически на всех уровнях компании. Внутренняя система управления эффективностью реализуется таким образом, чтобы обеспечить соответствие ключевых показателей эффективности нашей Политике и стимулировать сотрудников к ее соблюдению.

9. Соблюдение настоящей Политики сопровождается мониторингом

FrieslandCampina осуществляет мониторинг соблюдения требований относительно маркетинга и продаж продукции, подпадающей под действие настоящей Политики. При необходимости FrieslandCampina принимает меры по обеспечению их соблюдения.