

Voor wie is uw activiteit?

Professionals (in opleiding)

Onder professionals verstaan we vakgenoten of andere zorgverleners, al dan niet in opleiding. In de Warenwetregeling en de WHO Code wordt geen onderscheid gemaakt tussen professionals en professionals in opleiding. Aandachtspunt bij professionals in opleiding is dat zij u als docent als dé deskundige beschouwen.

Consumenten

In de Warenwetregeling en de WHO Code wordt gesproken van ‘publiek’ of ‘algemeen publiek’, waaronder cliënten/patiënten, in dit geval vooral ouders. Wanneer u moeders en vaders toespreekt is de kans op beïnvloeding het grootst; u bent immers de deskundige.

Wat is de aard van de inhoud van uw activiteit?

Is deze feitelijk en wetenschappelijk onderbouwd?

Er is geen enkele commerciële inbreng ten aanzien van de inhoud van uw activiteit. U bent feitelijk en wetenschappelijk onderbouwd en laat vermelding van merknamen, productafbeeldingen of logo’s (reclame) achterwege.

Bevat deze commerciële productinformatie?

In uw activiteit geeft u (al dan niet in opdracht van de opdrachtgever/sponsor) commerciële informatie over producten die vallen onder de Warenwet/WHO Code. Bijvoorbeeld: uw opdrachtgever/sponsor stelt bepaalde eisen aan de inhoud van uw activiteit, zoals het noemen van specifieke namen of het gebruiken van productafbeeldingen.

Wat is de context van uw activiteit?

Is er een ‘neutrale’ omgeving met alleen goedgekeurd voorlichtingsmateriaal?

De directe omgeving van uw activiteit is vrij van elke vorm van reclame of productpromotie (geen logo’s op presentaties, banieren, banners) en als er voorlichtings- en of educatief materiaal aanwezig is, dan betreft dit goedgekeurde materialen. Op deze materialen mag wel de bedrijfsnaam of logo afgebeeld staan van de fabrikant of groothandel, maar geen merknaam. De inhoud moet objectief en consistent zijn en goedgekeurd door de daartoe bevoegde instantie. NB: Op dit moment is er nog geen voorlichtings- of educatief materiaal dat voldoet aan dit laatste criterium.

De Warenwetregeling en de WHO Code schrijven bovendien voor dat voorlichtingsmateriaal dat zich richt op zwangere vrouwen of moeders met zuigelingen en peuters moet zijn voorzien van informatie en waarschuwingen¹. De WHO Code vereist dit ook voor voorlichtingsmateriaal dat gericht is op professionals (in opleiding).

Verder is van belang vanuit de Warenwetregeling dat het goedgekeurde materiaal alleen via de gezondheidszorg onder consumenten wordt verspreid.

Is er promotiemateriaal aanwezig in de directe omgeving?

Wordt er in de directe omgeving van uw activiteit promotie gemaakt voor producten die onder de WHO Code vallen? Denk aan cadeaus/reclamegeschenken, pennen, schrijfblokjes, afgeprijsde artikelen, proefverpakkingen en advertenties. Dit materiaal mag niet bij consumenten terecht komen.

Uitkomsten

Kleur	Toelichting	Juridische consequenties
groen	Activiteit conform Warenwetregeling Zuigelingenvoeding en WHO Code	Geen
geel	Geen overtreding Warenwetregeling Zuigelingenvoeding, wel overtreding WHO Code	Geen juridische consequenties, wel consequenties voor instellingen met een WHO/Unicef-certificaat Zorg voor Borstvoeding
rood	Overtreding van zowel de Warenwetregeling Zuigelingenvoeding als de WHO Code	Juridische consequenties en consequenties voor instellingen met een WHO/Unicef-certificaat Zorg voor Borstvoeding

(Financiële) tegenprestaties

(Financiële) tegenprestaties voor het organiseren van een activiteit of voor het leveren van een bijdrage hieraan zijn toegestaan mits:

- Er geen sprake is van promotie op welke manier dan ook
- Het niet leidt tot conflicterende belangen
- Alle partijen transparant zijn over de bijdrage en tegenprestatie

Breder toepasbaar dan alleen kunstvoeding

De Warenwetregeling en WHO Code bevatten alleen normen over sponsoring voor producten die gerelateerd zijn aan kunstvoeding (en flessen en spenen). De weegpunten voor het omgaan met sponsoring zijn wel breder toepasbaar dan enkel op sponsoring van fabrikanten of groothandelaren van producten die vallen onder de Warenwetregeling Zuigelingenvoeding/WHO Code.

¹ Vereiste informatie en waarschuwingen

Vermelden van onder meer de voordelen van borstvoeding, de voeding van moeders, de voorbereiding op en van borstvoeding, de eventuele negatieve invloed van kunstvoeding op borstvoeding, de moeilijkheid om terug te komen op de beslissing om kunstvoeding te gaan geven en aanwijzingen geven voor een juist gebruik van kunstvoeding.



Weegpunten voor het omgaan met sponsoring



Constaert u een overtreding van de Warenwetregeling Zuigelingenvoeding bij een activiteit waaraan u hebt deelgenomen, meld dit dan bij de Landelijke Borstvoedingsraad via secretariaat@borstvoedingsraad.nl. De LBR verzamelt de meldingen om het belang van handhaving van de Warenwetregeling aan te geven.

Ga voor uitgebreidere informatie over sponsoring en de wet- en regelgeving naar www.borstvoedingsraad.nl.

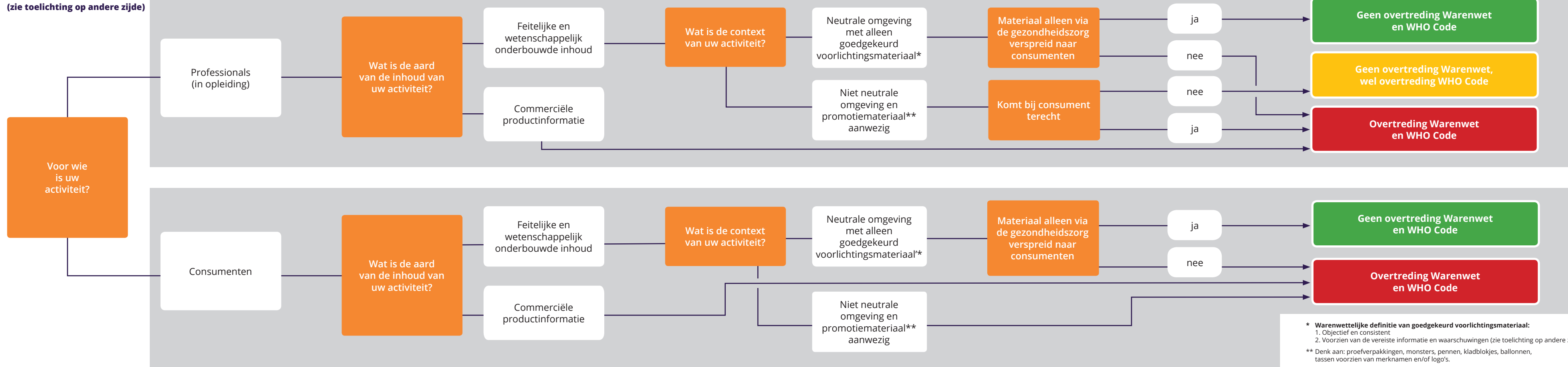
Wat doet u als u wordt gevraagd een presentatie te verzorgen over borstvoeding tijdens een congres dat wordt georganiseerd door een fabrikant van kunstvoeding of waar proefverpakkingen worden uitgedeeld of ander promotiemateriaal aanwezig is? Of wanneer een fabrikant aanbiedt onderzoek mee te financieren? Of als u zelf een bijscholing organiseert die u wilt laten sponsoren?

De Landelijke Borstvoedingsraad (LBR) heeft weegpunten ontwikkeld die u hulp kunnen bieden om met sponsoring van fabrikanten van producten die vallen onder de Warenwetregeling Zuigelingenvoeding en de WHO Code* om te gaan. De weegpunten zijn gebaseerd op de Warenwetregeling Zuigelingenvoeding en de WHO Code en juridisch getoetst. Wat in de wet staat, geldt voor iedereen en is een minimum vereiste om aan te voldoen. Daarnaast zijn er eigen morele normen om mee te nemen in uw afweging en eventuele gedragscodes van uw beroepsvereniging. Met de wettelijke kaders als vertrekpunt, maakt u aan de hand hiervan als individuele zorgverlener uiteindelijk uw eigen keuze.

De weegpunten zijn toepasbaar op situaties waarbij vooraf bekend is wat de inhoud en context van de activiteit is of waar u zelf invloed op kunt uitoefenen. Dit is meestal niet het geval als u zich inschrijft als deelnemer aan een congres/ scholing. Belangrijke afweging daarbij is wie het congres/ de scholing betaalt: u of de sponsor(en). Wees alert dat bij een gesponsord(e) congres/ scholing doorgaans promotiemateriaal aanwezig is.

*kunstvoeding, flessen, spenen

Weegpunten (zie toelichting op andere zijde)



* Warenwettelijke definitie van goedgekeurd voorlichtingsmateriaal:
 1. Objectief en consistent
 2. Voorzien van de vereiste informatie en waarschuwingen (zie toelichting op andere zijde)

** Denk aan: proefverpakkingen, monsters, pennen, kladblokjes, ballonnen, tassen voorzien van merknamen en/of logo's.