

Актуальность поддержки грудного вскармливания и внедрения Кодекса ВОЗ маркетинга заменителей грудного молока с экономической точки зрения

Родичева Ольга - член Гильдии маркетологов России,
координатор IBFAN группы «Молочная мама»

Зачем нам поддерживать грудное вскармливание



ПОЗНАНИЕ
гв улучшает
когнитивное
развитие
и интеллект



ПРИБЫЛЬ
высокий
интеллект
увеличивает
зарплату
и доходы
в зрелом
возрасте



БЕДНОСТЬ
дети, у которых
в детстве не
была
диагностирована ,
задержка роста
на 33% менее
вероятно
окажутся за
чертой бедности
во взрослом
возрасте



ЭКОНОМИКА
неадекватное
вскармливание
детей раннего
возраста
стоит мировой
экономике
примерно 0,49%
глобального
валового
дохода



ЗДОРОВЬЕ
более 823 000
случаев
смерти детей
и 20000 смертей
из-за рака
молочной
железы
могут быть
предотвращены
каждый год

<http://documents.worldbank.org/curated/en/2016/04/26231191/investing-nutrition-foundation-development-investment-framework-reach-global-nutrition-targets>

Общие пожизненные расходы на лечение материнских и детских заболеваний, связанных с субоптимальными практиками гв. США. 2014. тыс \$



	Общие медицинские	Немедицинские	Преждевременная смерть
Дети всего	604 873	832 244	7 142 820
Острая лимфобластная лейкемия	26 560	1 926	-
Острый средний отит	187 626	102 409	-
Болезнь Крона	1 431	25	-
Язвенный колит	994	63	-
Желудочно-кишечные инфекции	136 441	696 407	-
Инфекции нижних дыхательных путей, требующие госпитализации	113 444	20 102	393 791
Некротизирующий энтероколит	32 712	646	1 888 521
Ожирение (только не испаноязычные белые)	132 226	10 666	-
Синдром внезапной детской смерти	-	-	4 860 508
Матери всего	2 417 208	421 258	7 073 678
Рак груди	118 577	27 154	2 362 279
Сахарный диабет 2 типа	1 206 866	318 835	1 502 638
Гипертония	294 798	38 743	843 417
Инфаркт миокарда	796 967	36 526	2 363 344

(ДИ=95%, ДВ=2%)

Bartick, M. C., Schwarz, E. B., Green, B. D., Jegier, B. J., Reinhold, A. G., Colaizy, T. T., Bogen, D. L., Schaefer, A. J., and Stuebe, A. M. (2016), Suboptimal breastfeeding in the United States: Maternal and pediatric health outcomes and costs, *Maternal & Child Nutrition* , doi: 10.1111/mcn.12366

Компоненты среды, поддерживающей грудное вскармливание



Why invest, and what it will take to improve breastfeeding practices? Nigel C Rollins, Nita Bhandari, Nemat Hajeebhoy, Susan Horton, Chessa K Lutter, Jose C Martines, Ellen G Piwoz, Linda M Richter, Cesar G Victora, on behalf of The Lancet Breastfeeding Series Group. Lancet, 2016

Влияние маркетинга заменителей грудного молока на практику грудного вскармливания



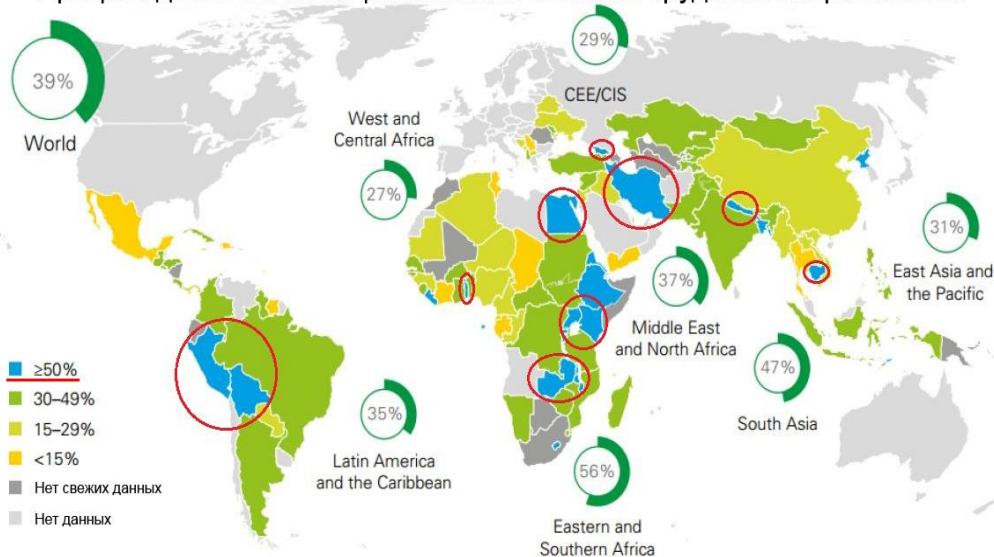
The Impact of Marketing of Breast-Milk Substitutes on WHO-Recommended Breastfeeding Practices. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/26314734>

Почему существующие политические инициативы и инвестиции в ГВ мало эффективны?

- Отсутствие глобальных лидеров с яркой харизмой
- Отсутствие единой стратегии
- Фрагментированные программы
- Неспособность убедительно сообщать о важности грудного вскармливания
- Агрессивный маркетинг компаний-производителей згм, в том числе активное взаимодействие с врачами и системой здравоохранения

Связь между исключительно грудным вскармливанием и внедрением Кодекса ВОЗ мзгм

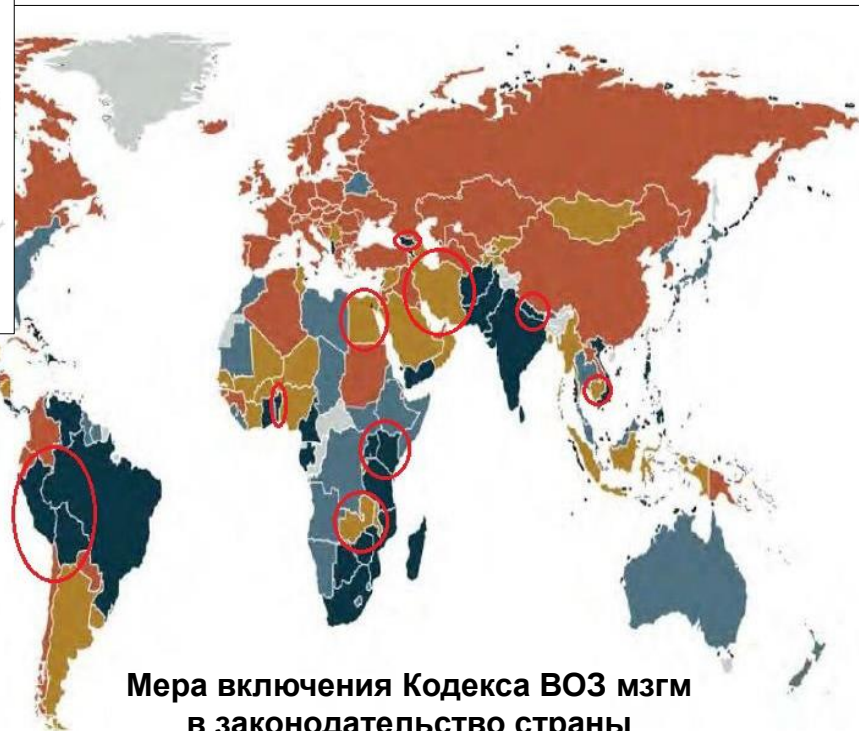
Процент детей 0-5 месяцев на исключительно грудном вскармливании



Source: UNICEF global databases, 2015, based on MICS, DHS and other nationally representative sources, 2008-2014.

BREASTFEEDING ADVOCACY INITIATIVE

- Все положения Кодекса включены в законы
- Многие положения Кодекса включены в законы
- Некоторые положения Кодекса включены в законы
- Законодательное регулирование отсутствует
- Нет информации



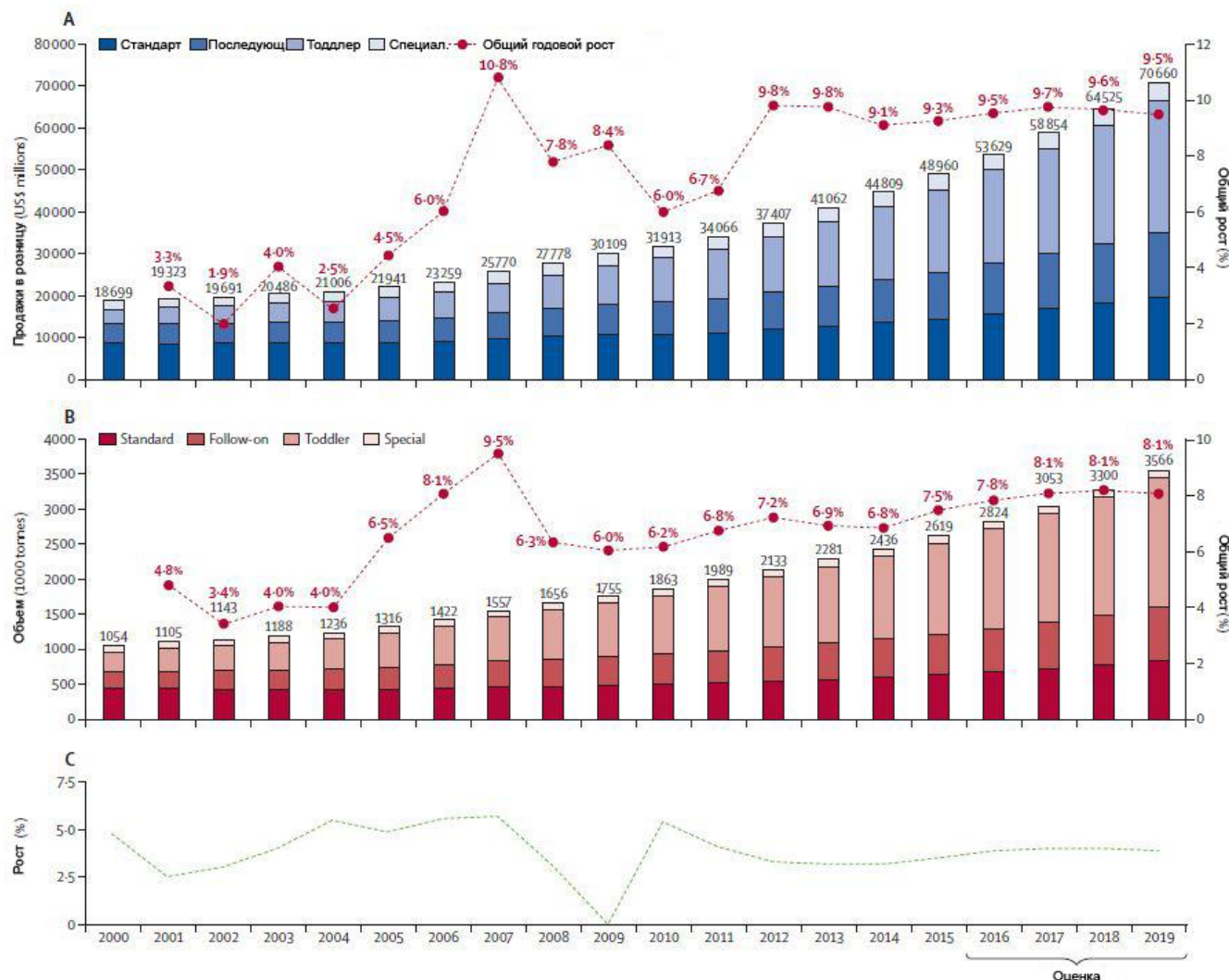
Мера включения Кодекса ВОЗ мзгм в законодательство страны

Lancet, 2016

Актуальность Кодекса ВОЗ мзгм в настоящее время

- рост рынка детских смесей - рост числа детей на ИВ
- доказанный вред искусственного вскармливания для здоровья ребенка и отложенные последствия во взрослом возрасте (аллергия, ожирение, интеллект и тд)
- доказанная связь рака молочной железы и яичников у женщин с отказом/невозможностью кормить грудью /коротким сроком грудного вскармливания
- искусственное вскармливание младенцев в долгосрочной перспективе повышает затраты на здравоохранение
- распространение, поддержка и популяризация грудного вскармливания «натыкается» на агрессивное продвижение смесей среди матерей и медицинских работников

Рост промышленности ЗГМ



Общий рынок детских смесей
- в денежном выражении (А),
- объеме (В)
- тенденции роста (С)
с 2000 по 2019 г.

Информация предоставлена
EuromonitorInternational (2015).

Сравнение динамики роста гв и рынка згм

	2000	2005	2010	2013
Динамика игв до 5 мес	3%	2%	5%	1%
Динамика гв до 12-15 мес	-1%	-1%	-1%	-1%
Динамика рынка згм в кол-ном выражении (тыс тонн)		25%	42%	22%

На основании данных Lancet, 2016

Рынок заменителей грудного молока в России

за 2016г

ДОЛЯ КАТЕГОРИЙ НА РЫНКЕ ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

ИСТОЧНИК: NIELSEN.



90% рынка составляет импорт.

Лидеры рынка Nestle, Nestogen, Nutricia.

Лидер по импорту Nestogen (13134,7млн.руб, 10481,8т.) – 22% рынка ЗГМ*

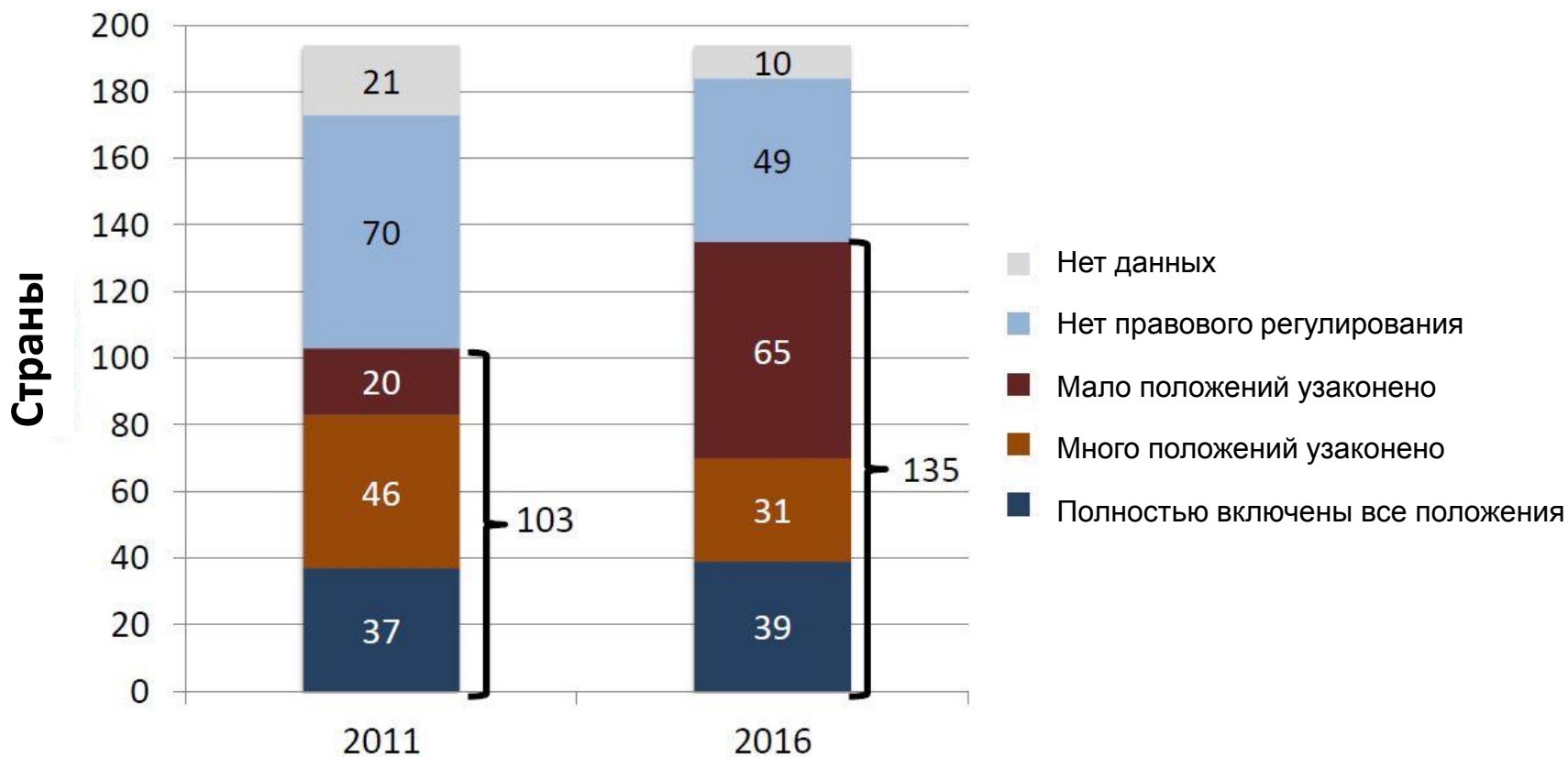
50 855,6т ЗГМ достаточно для питания (полное ИВ с рождения) 1 210 848 детей. При рождаемости 1 888 729** это составляет **64% детей на ИВ с рождения.**

*по данным DISCOVERY Research Group

**по данным Росстат

Внедрение норм Кодекса ВОЗ мзгм в законодательные акты стран

Изменения в правовом статусе Кодекса с 2011 по 2016 гг.

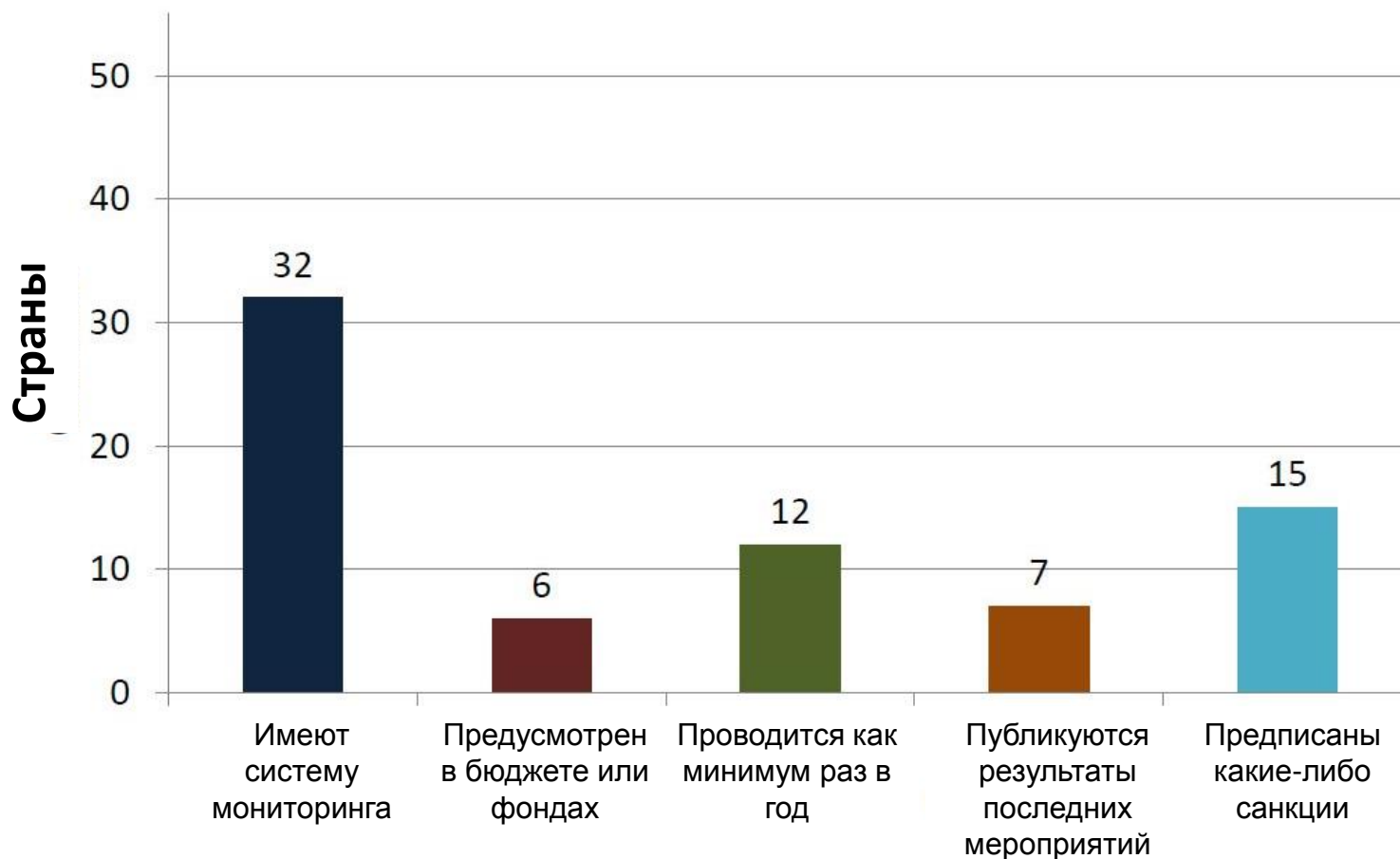


Lancet, 2016

Основные проблемы для внедрения Кодекса ВОЗ мзгм

- отсутствие политической воли
- отсутствие поддержки государства
- вмешательство производителей и дистрибьюторов
- отсутствие достаточных данных и опыта
- отсутствие координации между участниками
- ограниченные ресурсы для подготовки и внедрения законодательных инициатив, мониторинга и обеспечения выполнения норм Кодекса

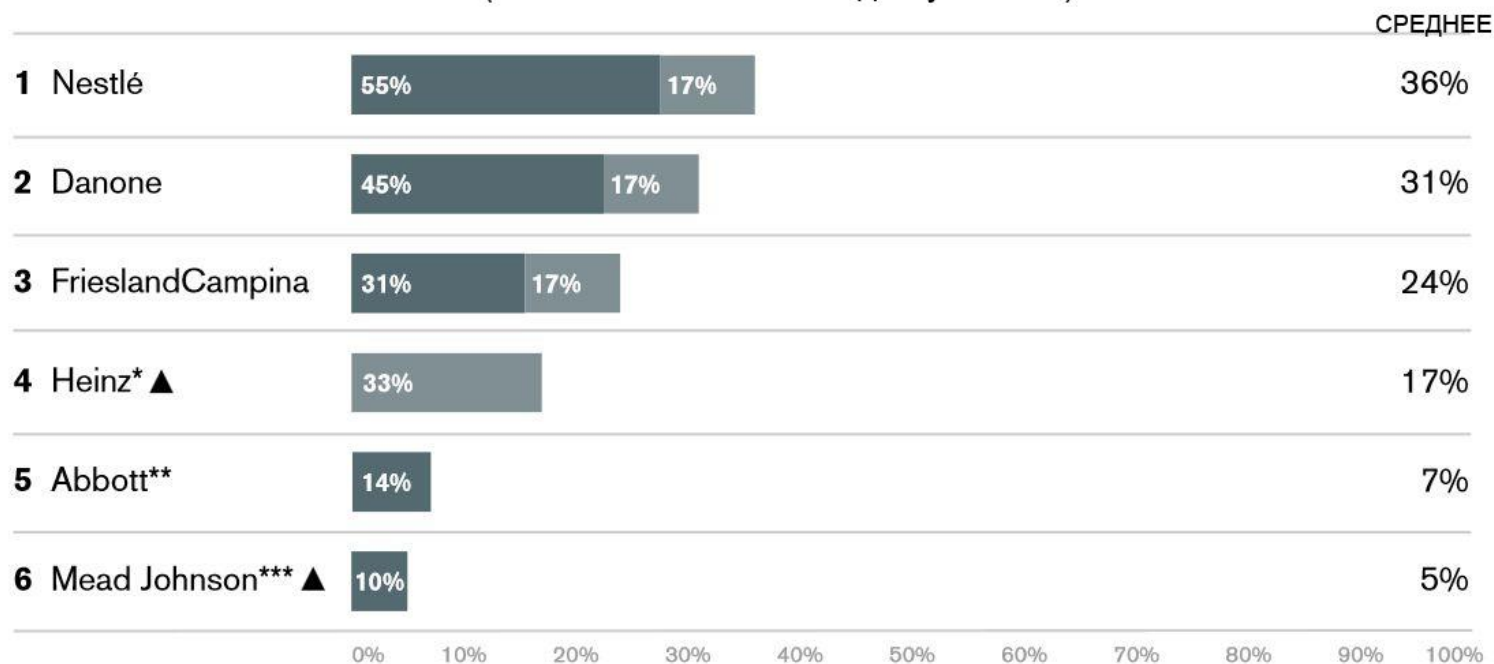
Статус мониторинга Кодекса в мире



Lancet, 2016

Соблюдают ли компании-производители нормы Кодекса ВОЗ маркетинга заменителей гм?

Рейтинг соответствия маркетинговой политики ведущих мировых компаний-производителей заменителей грудного молока Кодексу ВОЗ маркетинга заменителей грудного молока на основе анализа корпоративного профиля и двух пилотных исследований в Индонезии и Вьетнаме (полное соответствие Кодексу = 100%)



■ P1: Анализ корпоративного профиля

▲ Не предоставили информацию

** Abbott набрал 0% по P2

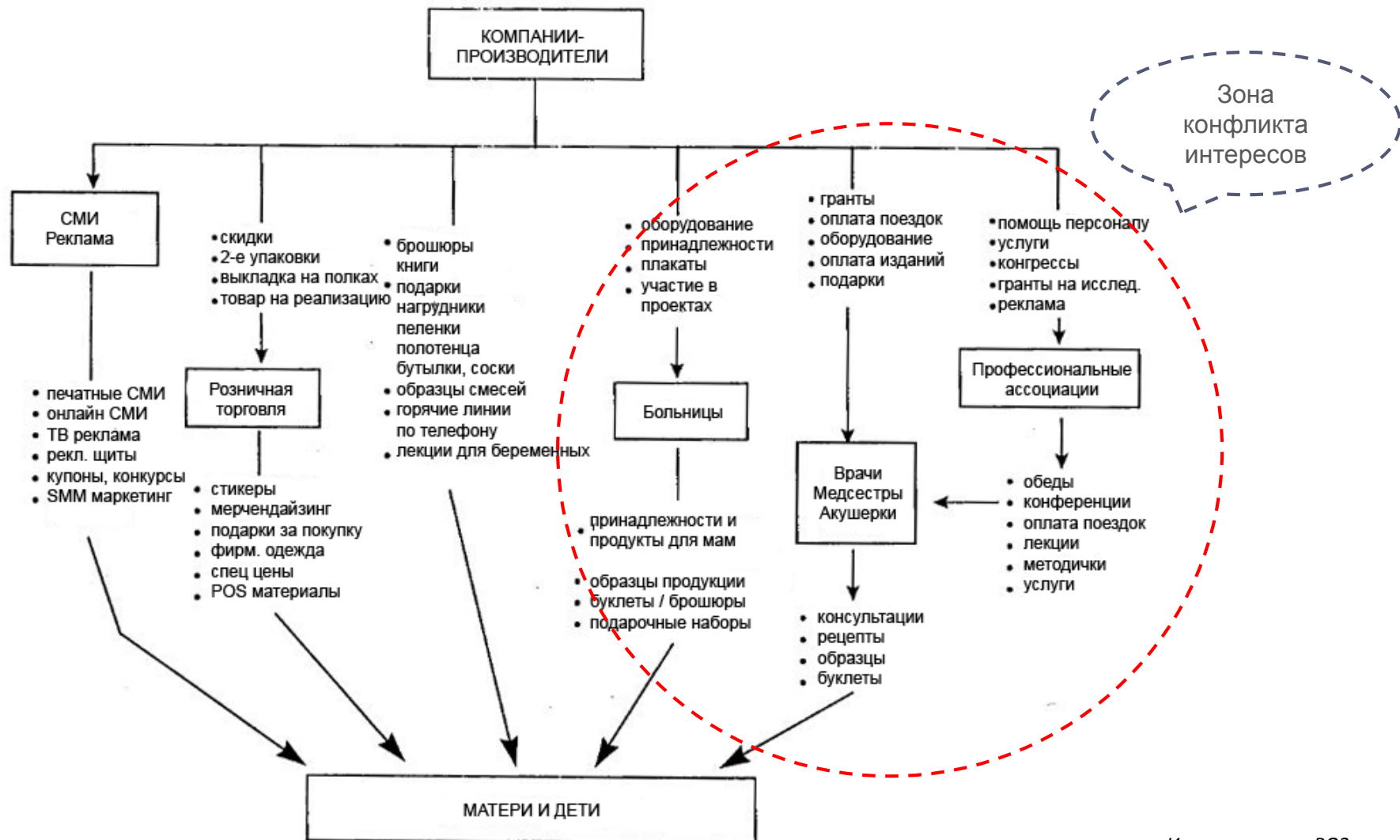
■ P2: Оценка действий внутри страны

* Heinz набрал 0% по P1

*** Mead Johnson набрал 0% по P2

www.accesstonutrition.org, 2016 г.

Как компании-производители оказывают влияние на выбор родителей



Из материалов ВОЗ

Конфликт интересов в сфере специалистов органов здравоохранения



Примеры продвижения згм в сфере здравоохранения

HEALTH SYSTEM MARKETING CHECK LIST

- ☐ Бесплатные образцы
- ☐ Бесплатное обеспечение больниц и индивидуальных медицинских специалистов
- ☐ Небольшие подарки (ручки, блоки рецепта, диаграммы роста, календари, плакаты и более менее дорогое медицинское оборудование)
- ☐ Большие подарки (инкубаторы, машины, холодильники, кондиционеры воздуха, компьютеры)
- ☐ Подарки для профессиональных услуг (архитектурное проектирование больниц, организация мероприятий или юридических услуг)
- ☐ Персональные подарки (поездки на отдых, электроника, питание и развлечения)
- ☐ Спонсорство больниц, клиник или проектов, ассоциаций медицинских работников
- ☐ Финансирование научных грантов и заработной платы
- ☐ Финансовое спонсирование студентов и присутствие представителей компании в медицинских учебных заведениях, которые могут включать фактическое обучение на курсах детского питания
- ☐ Спонсорство конференций, семинаров и публикаций
- ☐ Реклама в журналах и аналогичных изданиях, "рекламные" статьи, которые выглядят как информация, но являются рекламой
- ☐ Отчеты о исследованиях, которые действительно являются рекламными материалами
- ☐ Дружественные отношения, которые поощряют медицинских работников чувствовать себя хорошо расположены в компании, предоставление карт, сладостей или других продуктов питания для персонала на работе
- ☐ Тесные отношения с министерствами здравоохранения и их сотрудниками
- ☐ Посещение представителями компании врачей в частных медицинских учреждениях и министерствах

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK153464/>

Примеры продвижения згм в сфере здоров

НАДЕЖНАЯ ЗАЩИТА МАЛЫШАМ

Умные липиды
ЗАЩИТА ПЛЮС

Лактобактерии Bc

1 В
2 В
3 В
4 В

В Живые бифидо- и лактобактерии В способствуют:

- формированию нормальной микрофлоры кишечника;
- развитию и укреплению иммунитета;
- защите от инфекций.

ОПТИПРО — уникальный белковый компонент, обогащенный из плазмы грудного молока, максимально приближен к белку грудного молока. Обеспечивает гармоничный рост и развитие и снижает метаболическую нагрузку.

ДУБНИК (DHA/AHA) — для оптимального развития мозга и органов зрения. Эссенциальные жирные кислоты (В6, В12, Д3) способствуют поддержанию функций нервных клеток кишечника.

ДЕНТА PRO — живые лактобактерии

- способствуют защите от кариса;
- препятствуют росту микробов, разрушающих зубную эмаль.

Информация только для медицинских работников.
Детские смеси для грудного ребенка являются основой рациона. Введение прикорма необходимо начинать в 4-6 месяцев.
ООО «Нестlé Россия»
Воскресенское, Московская область, 5-800-200-20-55
e-mail: info@russia.nestle.com, russia@russia.nestle.com, russia@russia.nestle.com
Телефон: 8-800-200-20-55

140 ЛЕТ ОПЫТА В ДЕТСКОМ ПИТАНИИ

Nestlé NAN Комфорт

ПЕРВАЯ ЗАЩИТА
Lactobacillus

Тройная Защита от КОЛИК

Лактобактерии L. comfortis

- Эффективность у 95% детей, страдающих коликами*
- Уменьшение запоров*

Сниженное количество лактозы

- Уменьшение длительности плача у детей на 40%*

Умеренно гидролизированный белок OPTIPRO[®]

- Уменьшение проявления колик у младенцев*
- Облегчение пищеварения*

140 ЛЕТ ОПЫТА В ДЕТСКОМ ПИТАНИИ

Что делать?



Что делать? Примеры.

РЫНОК

- 1) Запрет трейд-маркетинговых инструментов стимулирования продаж (скидки, выделение на полке, дополнительные места выкладки, брендированное оборудование и вывески, подарок за покупку, консультирование у полки, внешнее и внутренне оформление магазинов с использованием изображений ЗГМ и логотипов производителей) для продвижения згм всех ступеней.
- 2) Выкладка в закрытых непрозрачных боксах/шторка на полке (по аналогии с выкладкой сигарет)
- 3) Запрет рекламы в СМИ (в т.ч. интернет, соц.сети), спонсирования / выступления представителей производителей ЗГМ на мероприятиях для родителей (выставки, фестивали)
- 4) Запрет вводящих в заблуждение формулировок, например, «залог здорового будущего», «вдохновленные грудным молоком ... создали смесь N», «вся польза...»
- 5) Дополнение профессионального стандарта «Специалист в области маркетинга детских товаров» положениями Кодекса ВОЗ мзгм

СТРУКТУРЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

- 1) Запрет прямых контактов производителей и представителей здравоохранения (мед.представители в поликлиниках, подарки врачам и т.д.)
- 2) Запрет размещения изображений продуктов и рекламы згм в стенах медучреждений всех видов, включая мед ВУЗы в любой форме, а также на образовательной и информационной литературе для сотрудников здравоохранения.
- 3) Запрет участия представителей компаний-производителей в обучении будущих и молодых матерей на курсах для родителей при медучреждениях.
- 4) Запрет участия представителей компаний-производителей в обучении студентов-медиков.

Пример действия мер по регулированию рынка (на примере табачной продукции)



По итогам 1го года после вступления в силу Федерального закона от 23.02.2013 N 15-ФЗ социологический опрос ВЦИОМ от 7.08.2014 года показал, что курят 35% опрошенных. Предыдущие опросы, с 2010 по 2013 год, демонстрировали стабильную долю курящих – приблизительно 41%. Если исходить из числа совершеннолетних россиян – около 110 млн человек получается, что за четырехлетний период с 2010 по 2014 год количество курильщиков в стране уменьшилось на 16,9% – с 45 млн до 38,5 млн.

7 шагов к успеху

1. Обеспечить финансирование инициатив общественных организаций по достижению глобальной цели ВОЗ 2025: повысить уровень исключительного грудного вскармливания в первые шесть месяцев, по крайней мере, до 50 процентов.
 2. Полностью внедрить положения Кодекса ВОЗ мзгм и соответствующих резолюций ВАЗ в правовое поле страны. Обеспечить контроль выполнения данных положения организациями, свободными от конфликта интересов. Предусмотреть механизм ответственности компаний-производителей за нарушения соответствующих положений.
 3. Улучшить поддержку кормящих мам, находящихся в отпуске по уходу за ребенком до 2-х лет, в том числе и финансовую, включая неформальный сектор экономики.
 4. Дополнить десять шагов к успешному грудному вскармливанию в учреждениях родовспоможения, включив в данную программу предоставление донорского грудного молока для больных и ослабленных новорожденных.
 5. Обеспечить доступ к квалифицированным консультациям по вопросам лактации в рамках комплексной политики и программ поддержки грудного вскармливания во всех медицинских учреждениях, работающих с беременными и недавно родившими женщинами.
 6. Укреплять связи между медицинскими учреждениями и группами поддержки кормящих мам, поощрять создание и развитие общественных групп поддержки гв, которые защищают, поощряют и поддерживают грудное вскармливание.
 7. Создать системы мониторинга, которые отслеживают ход осуществления политики продвижения и защиты гв, программ и целевого использования финансирования в целях достижения как национальных, так и глобальных целей в области грудного вскармливания.
-

Презентацию подготовили:

Ольга Родичева, маркетолог, психолог, член Гильдии маркетологов России, координатор IBFAN-группы в России «Молочная мама»

Волонтеры IBFAN-группы в РФ «Молочная мама»:

Ангелина Данилова, студентка 5 курса педиатрического факультета ФГБОУ ВО СГМУ МЗ РФ, консультант по грудному вскармливанию, член Молодой Гвардии Единой России и молодежной администрации г. Смоленска

Елена Кинжалова, маркетолог, ведущая группы поддержки кормящих матерей

Елена Жукова, консультант-стажёр по грудному вскармливанию

