



# «DANONE» ДИТЯЧІ СУМІШІ

## Стандарти маркетингу

Політика стандартів маркетингу дитячих  
молочних сумішей 2024 р.



**Наші Стандарти маркетингу дитячих молочних сумішей базуються на трьох основних принципах, які ґрунтуються на наукових дослідженнях і реальному досвіді батьків.**

**Жан-Марк Магноде (Jean-Marc Magnaudet)**

*Виконавчий віце-президент із питань спеціалізованого харчування, «Данон»*

<b>ДАТА НАБУТТЯ ЧИННОСТІ</b>	Повністю буде впроваджено до кінця 2025 року.
<b>ЗАТВЕРДИВ</b>	Виконавчий комітет компанії «Данон»
<b>ВЛАСНИК ДОКУМЕНТА</b>	Генеральний юристконсульт і категорійна адвокація віце-президента з питань спеціалізованого харчування
<b>ЗАСТОСОВНІСТЬ</b>	Усі співробітники та партнери компанії «Данон», які беруть участь у маркетингу, продажах, навчанні та/або контролі над дитячими молочними сумішами для дітей молодшого та старшого віку.
<b>РІВЕНЬ КОНФІДЕНЦІЙНОСТІ</b>	Використання всередині та за межами компанії
<b>КІЛЬКІСТЬ СТОРІНОК</b>	36
<b>МОВИ</b>	Англійська (обов'язкова мова)
<b>ІСТОРІЯ</b>	Версія 7: жовтень 2024 року Версія 6: жовтень 2018 року Версія 5: червень 2018 року Версія 4: травень 2016 року Версія 3: квітень 2013 року Версія 2: січень 2012 року Версія 1: липень 2011 року

Компанія «Данон С.А.» (Danone S.A.) є ексклюзивним власником усіх авторських прав, пов'язаних із цим документом. Усі права захищені.



## НАШІ ТРИ ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ 6

### ПРИНЦИП 1: СПРИЯТЛИВИЙ ВПЛИВ НА ЗДОРОВ'Я 8

- 1.1 Грудне вигодовування є оптимальною формою харчування для немовлят
- 1.2 Відповідальна взаємодія з медичними працівниками
  - 1.2.1 Інформація для медичних працівників
  - 1.2.2 Відсутність просування в закладах охорони здоров'я
  - 1.2.3 Молочні суміші для професійної оцінки
  - 1.2.4 Професійний розвиток
- 1.3 Пожертви

### ПРИНЦИП 2: РОЗШИРЕННЯ ПРАВ І МОЖЛИВОСТЕЙ БАТЬКІВ 16

- 2.1 Інформація розширює можливості
- 2.2 Маркування дитячих молочних сумішей
- 2.3 Послуги та підтримка для батьків та опікунів
  - 2.3.1 Цифрові інструменти
  - 2.3.2 Лінія підтримки споживачів
- 2.4 Високоякісні продукти
- 2.5 Клінічні дослідження та інші програми досліджень

### ПРИНЦИП 3: ВІДПОВІДАЛЬНІ ДІЇ 22

- 3.1 Підвищення обізнаності всередині компанії
  - 3.1.1 Документи про працевлаштування
  - 3.1.2 Розрахунок заохочень для працівників
  - 3.1.3 Вступний інструктаж і безперервне навчання
- 3.2 Моніторинг і звітність
  - 3.2.1 Внутрішній моніторинг
  - 3.2.2 Внутрішній та зовнішній аудити
  - 3.2.3 Процедура повідомлення про порушення
  - 3.2.4 Звітування вищому керівництву
  - 3.2.5 Щорічний звіт про дотримання вимог (зовнішній)
- 3.3 Усе про належне врядування
  - 3.3.1 Менеджери з дотримання стандартів маркетингу дитячих молочних сумішей
  - 3.3.2 Розгляд скарг
  - 3.3.3 Підзвітність і відповідальність
- 3.4 Адвокація покращення харчування немовляти та підтримка батьків
  - 3.4.1 Робота з нашими зацікавленими сторонами
  - 3.4.2 Прозорість завжди на першому місці

## ДОДАТКИ 32

Додаток I: країни підвищеного рівня ризику  
Додаток II: визначення термінів

# НАШІ **ТРИ** ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ



Наші стандарти маркетингу дитячих молочних сумішей базуються на трьох основних принципах:



## 1. СПРИЯТЛИВИЙ ВПЛИВ НА ЗДОРОВ'Я

Ми прагнемо мати сприятливий вплив на здоров'я матері та немовляти, просуваючи та захищаючи грудне вигодовування та підтримуючи екосистему охорони здоров'я.



## 2. РОЗШИРЕННЯ ПРАВ І МОЖЛИВОСТЕЙ БАТЬКІВ

Ми допомагаємо батькам та опікунам приймати обґрунтовані рішення щодо годування своїх немовлят, створюючи сприятливе середовище.



## 3. ВІДПОВІДАЛЬНІ ДІЇ

Ми дотримуємося наших глобальних [стандартів](#), вживаємо заходів, коли це необхідно, і робимо все можливе, підтримуючи грудне вигодовування та пропонуючи наші [дитячі молочні суміші](#), розроблені на основі наукових досліджень, з гордістю.

## З належним доглядом приходить велика відповідальність

Стати батьками — це важлива віха в житті! Попереду новий початок, і потрібно прийняти безліч рішень щодо здоров'я та щастя немовляти. З моменту запуску нашого [соціально-економічного проєкту «Дуал»](#) у 1972 році компанія «Данон» розвиває культуру, в якій підприємництво та соціальна відповідальність співіснують, а не конкурують між собою. Ми поставили собі за мету нести здоров'я через їжу якомога більшої кількості людей, і ми визнаємо глибокий вплив на харчування дітей раннього віку.

**Сфера застосування:** наші [стандарти маркетингу дитячих молочних сумішей](#) дотримуються в усьому світі всіма співробітниками та партнерами компанії «Данон», які займаються маркетингом, продажем, навчанням і контролем над маркетингом наших [дитячих молочних сумішей](#). [Стандарти](#) визначають відповідальні дії щодо маркетингу [дитячих молочних сумішей](#) та встановлюють мінімальні [Стандарти](#) у послідовний, чіткий та прозорий спосіб. У країнах, де місцеві закони та правила є суворішими за ці [Стандарти](#), ми дотримуємося місцевих вимог на додаток до цих [Стандартів](#).

Наші [Стандарти маркетингу дитячих молочних сумішей](#) не лише відображають основні принципи нашої компанії, але й визнають наукові висновки та важливість Міжнародного кодексу маркетингу заміників грудного молока Всесвітньої організації охорони здоров'я (1981 р.) і подальших відповідних резолюцій Всесвітньої асамблеї охорони здоров'я, які підкреслюють поживні переваги виключно грудного вигодовування протягом перших шести місяців життя, з подальшим продовженням грудного вигодовування до двох років і далі, а також введенням безпечного та відповідного [прикорму](#) після шестимісячного віку.



Компанія «Данон» пропонує **дитячі молочні суміші**, розроблені на основі наукових досліджень, які відповідають найсуворішим стандартам якості та безпечності. Ми ніколи не виступаємо проти грудного вигодовування і завжди заохочуємо батьків розглядати грудне вигодовування як ідеальний варіант для здоров'я та харчування немовлят. Але ми також вважаємо, що жоден з батьків не має відчувати провину за те, що годує свою дитину молочною сумішшю.

Щоб переконатися, що це відображено у всій нашій діяльності, ми встановили кілька правил. Ці правила визначають, як ми відповідально впроваджуємо маркетинг **дитячих молочних сумішей**, незалежно від того, чи йдеться про нашу продукцію, чи про дитяче харчування загалом.

### Короткий огляд стандартів маркетингу дитячих молочних сумішей «Данон» за типами країн і категоріями продуктів:

	КАТЕГОРІЯ ПРОДУКТУ	ЦІЛЬОВА ВІКОВА АУДИТОРІЯ	КРАЇНИ З НИЗЬКИМ РІВНЕМ РИЗИКУ	КРАЇНИ ПІДВИЩЕНОГО РІВНЯ РИЗИКУ
ДИТЯЧА МОЛОЧНА СУМІШЬ	 Дитяча молочна суміш для немовлят молодшого віку	0–6 місяців 	Стандарт маркетингу дитячих молочних сумішей або національні норми, залежно від того, що суворіше	Стандарт маркетингу дитячих молочних сумішей або національні норми, залежно від того, що суворіше
	 Дитяча молочна суміш для немовлят старшого віку (також відома як «Молочна суміш стадії 2»)	6–12 місяців 	Національні норми	Стандарт маркетингу дитячих молочних сумішей або національні норми, залежно від того, що суворіше
ДИТЯЧА МОЛОЧНА СУМІШЬ ДЛЯ ДІТЕЙ МОЛОДШОГО ВІКУ	 Дитяча молочна суміш для дітей молодшого віку (також відома як «Молочна суміш стадії 3»)	12–36 місяців 	Національні норми	Національні норми

# Короткий виклад наших правил Стандартів маркетингу дитячих молочних сумішей

## ПІДТРИМКА У ПРОХОДЖЕННІ ШЛЯХУ ВИГОДОВУВАННЯ

Ми шануємо унікальні переваги грудного вигодовування та підтримуємо й захищаємо грудне вигодовування як оптимальну форму харчування протягом перших 6 місяців життя. Ми пропонуємо підтримку всім батькам та опікунам у проходженні шляху вигодовування їхніх немовлят. Ми не стверджуємо та не припускаємо, що наші **дитячі молочні суміші** є кращими або еквівалентними грудному молоку.

## МИ НЕ РЕКЛАМУЄМО ДИТЯЧІ МОЛОЧНІ СУМІШІ СЕРЕД ШИРОКОЇ ГРОМАДСЬКОСТІ

У всьому світі ми не просуваємо **дитячу молочну суміш** для дітей молодшого віку (0–6 місяців) серед широкої громадськості. Це означає, що ми не рекламуємо, не надаємо зразки або не доставляємо продукцію (наприклад, пляшечки та соски), а також не проводимо інші види рекламної діяльності, пов'язаної з **дитячими молочними сумішами** (0–6 місяців), споживачам або в місцях продажу, чи то в магазині, на телебаченні, радіо, у друкованих та/або зовнішніх засобах масової інформації, у зв'язках із громадськістю, в цифрових засобах масової інформації, в Інтернеті або в соціальних мережах.

У країнах підвищеного рівня ризику ми йдемо ще далі та додатково не рекламуємо та не просуваємо **дитячі молочні суміші** для дітей старшого віку (молочна суміш стадії 2 від 6 до 12 місяців) або **прикорм** і напої (для дітей віком до 6 місяців).

## ЖОДНИХ ЗРАЗКІВ ЧИ ІНШОЇ РЕКЛАМИ

Жодні зразки, подарунки, купони або гаджети, що сприяють використанню наших **дитячих молочних сумішей**, не надаються вагітним жінкам, батькам та їхнім сім'ям або опікунам ні прямо, ні опосередковано.

## ВІДСУТНІСТЬ ПРОАКТИВНОГО МАРКЕТИНГУ ДИТЯЧИХ МОЛОЧНИХ СУМІШЕЙ

Співробітники «Данон», які займаються маркетингом **дитячих молочних сумішей**, не звертаються до молодих або майбутніх батьків з маркетинговими цілями. Однак, коли батьки запитують інформацію або ставлять запитання про нашу продукцію для немовлят, наші відділи можуть відповісти батькам та опікунам, які можуть звертатися до нас за допомогою телефонних ліній підтримки, вебсайтів або соціальних мереж, якщо це необхідно.

## НАУКОВО ОБҐРУНТОВАНА ІНФОРМАЦІЯ

Будь-яка інформація про харчування та здоров'я, якою ми ділимося з батьками, завжди є науково обґрунтованою та базується на більш ніж 50-річному досвіді досліджень і розробок грудного молока. Назва або логотип нашої компанії можуть бути присутніми в цій інформації, проте наші торгові марки продуктів **дитячої молочної суміші** ніколи не згадуються і не показуються.

## ФАКТИЧНА ТА НАУКОВО ОБҐРУНТОВАНА ІНФОРМАЦІЯ

Інформація та навчання, якими ми ділимося з медичними працівниками, є фактичними та науково обґрунтованими.

## ТОЧНЕ ПРЕДСТАВЛЕННЯ ПРОДУКТУ

Використовуючи маркування та інформаційні матеріали про продукцію, що відображають науково обґрунтовану інформацію, ми забезпечуємо збалансоване й точне представлення продукту. Наша мета — ніколи не вводити в оману молодих або майбутніх батьків. Перед розповсюдженням будь-яких маркетингових, інформаційних або освітніх матеріалів, пов'язаних із нашими **дитячими молочними сумішами**, вони проходять ретельний внутрішній контроль і перевірку.



Принцип 1:

**ПОЗИТИВНИЙ**

**ВПЛИВ НА ЗДОРОВ'Я**



Ми прагнемо позитивно впливати на здоров'я матері та немовляти. Ми робимо це, популяризуючи та захищаючи грудне вигодовування, а також підтримуючи екосистему охорони здоров'я.

Ми зосереджені на створенні позитивного впливу на здоров'я майбутніх поколінь. Наша діяльність ґрунтується на науці про грудне молоко та харчування. Ми переконані, що грудне вигодовування слід захищати та популяризувати. Ми прагнемо бути надійним партнером і сприяти системним змінам задля більш здорового майбутнього для батьків і немовлят сьогодні та майбутніх поколінь. Адже здоровий початок життя закладає фундамент для добробуту на все життя.

У дусі цього принципу компанія «Данон» визнає, що не існує єдиного правильного підходу до виховання дітей, оскільки особисті обставини та потреби кожної сім'ї відрізняються від інших. Підтримка та популяризація грудного вигодовування як оптимального варіанту вигодовування новонароджених має вирішальне значення. Пропонувати безпечні, високоякісні, науково розроблені [дитячі молочні суміші](#), а також надавати об'єктивну інформацію та підтримку також важливо для того, щоб усі батьки відчували себе впевненими у прийнятті рішень щодо годування своїх немовлят.

## 1.1 Ми популяризуємо та захищаємо грудне вигодовування як оптимальну форму харчування

Коли мова йде про годування немовлят, грудне вигодовування є оптимальним стандартом харчування. Грудне молоко дійсно містить всі поживні речовини, антитіла та інші речовини, необхідні для здорового росту та розвитку немовляти. Воно сприяє зміцненню зв'язку між матір'ю та дитиною та приносить користь обом у довгостроковій перспективі.

Протягом перших шести місяців життя дитини [ВООЗ](#) рекомендує виключно грудне вигодовування, з чим ми погоджуємося. [ВООЗ](#) також визнає, що коли матері не годують груддю або годують лише частково, існує обґрунтована потреба в [дитячих молочних сумішах](#). Суміші мають бути доступні в разі потреби. І ми повністю підтримуємо ці рекомендації. Ми не продаємо продукти прикорму як замітник грудного молока.

## 1.2 Відповідальна взаємодія з медичними працівниками

Медичні працівники — це експерти, які можуть сприятливо впливати на здоров'я немовлят та їхніх батьків. Саме вони знаходяться на першій лінії, скеровуючи та підтримуючи сім'ї від зачаття до народження дитини та надалі. Тому встановлення прозорих комунікаційних каналів і співпраця з **медичними працівниками (МП)** і **закладами охорони здоров'я (ЗОЗ)**, включно з педіатричними та медичними товариствами, має вирішальне значення для досягнення наших спільних цілей.

Ми підтримуємо повноцінну роботу екосистеми охорони здоров'я, надаючи **МП** актуальну, науково обґрунтовану інформацію та ресурси з питань дитячого харчування. Ці ресурси спеціально розроблені, щоб допомогти лікарям, медсестрам та іншим медичним працівникам підтримувати батьків у прийнятті рішень щодо вигодовування.

Насамперед, ми даємо **МП** можливість працювати незалежно та робити те, що у них виходить найкраще.

Нижче ми описуємо принципи, які допомагають нам підтримувати цей баланс і формувати нашу взаємодію з **МП** та **ЗОЗ**.



## 1.2.1 Інформація для медичних працівників

Ми вже понад 50 років досліджуємо грудне молоко та грудне вигодовування. Можна з упевненістю сказати, що ми маємо багато знань, якими можемо поділитися, і ми робимо це вільно, об'єктивно та з задоволенням. Саме тому ми забезпечуємо навчання, підтримку та ресурси для **ЗОЗ** та **МП** щодо дитячого харчування.

Дотримуючись нашого зобов'язання щодо чіткої та відповідальної комунікації, ми ділимося фактичною, науково обґрунтованою інформацією про **дитячі молочні суміші з МП**, завжди гарантуючи, що це не означає, що ці продукти є еквівалентними або кращими за грудне вигодовування. Наші матеріали для **МП** завжди містять таке твердження або подібне формулювання, що відображає цей відповідальний підхід: «**ВАЖЛИВА ІНФОРМАЦІЯ**: грудне вигодовування є найкращим для немовлят, і здорове харчування / харчування матері є важливим під час грудного вигодовування. Рішення про відмову від

грудного вигодовування може бути важко змінити. Рекомендовано використовувати **дитячу молочну суміш** за порадою лікаря, акушерки, фельдшера, медичної сестри, дієтолога, фармацевта або іншого фахівця, відповідального за догляд за матір'ю та дитиною, а також слід враховувати фінансові наслідки. Слід ретельно дотримуватися всіх інструкцій із приготування та годування, оскільки неправильне приготування може призвести до небезпеки для здоров'я. Тільки для використання медичними працівниками, не для розповсюдження серед широкої громадськості».

## 1.2.2 Відсутність просування в закладах охорони здоров'я

Ми не використовуємо **ЗОЗ** як платформи для просування, розповсюдження або демонстрації нашої продукції дитячих молочних сумішей. Хоча ми можемо надавати **МП** інформацію про вигодовування молочними сумішами, ми завжди захищаємо та популяризуємо грудне вигодовування як оптимальний варіант вигодовування.

Відмова від просування **дитячих молочних сумішей** також означає, що ми не надаємо та не оплачуємо роботу «професійних представників», «медичних сестер з догляду за дітьми молодшого віку» або подібного персоналу в **ЗОЗ**. Як компанія, ми не проводимо демонстрації годування для батьків та опікунів у **ЗОЗ**. На прохання **ЗОЗ** і за погодженням з відповідним

органом ми можемо надати підтримку в проведенні навчання з питань харчування дітей раннього віку. Ми постачаємо наші **дитячі молочні суміші** закладам охорони здоров'я лише за письмовим запитом. Ми ведемо облік цих поставок, які призначені лише для немовлят, які їх потребують за призначенням лікарів, під час їхнього перебування в **ЗОЗ**.

## 1.2.3 Молочні суміші для професійної оцінки

Ми зазвичай не надаємо **зразки** наших **дитячих молочних сумішей МП**. Однак, тільки якщо це дозволено місцевими законами та правилами, ми можемо пропонувати суміші для професійної оцінки у випадках, коли:

- ми впроваджуємо новий продукт, склад або рецептуру **дитячої молочної суміші**, або змінюємо наявну упаковку чи маркування.
- ми представляємо наш асортимент **дитячих молочних сумішей МП**, які ще не знайомі з нашою продукцією, або
- **МП** висловлюють зацікавленість в оцінці ефективності та придатності наших **дитячих молочних сумішей**, а також переносимості їх пацієнтами.

Будь-які суміші, які ми надаємо для професійної оцінки **МП**, суворо обмежені в кількості, виходячи з потреб їхніх пацієнтів, без шкоди для грудного вигодовування. Продукт не слугує винагородою або стимулом для придбання, перепродажу, просування або рекомендації **дитячих молочних сумішей**. На самому продукті слід зазначити «Тільки для професійної оцінки» та «Не для продажу».

## 1.2.4 Стандарти професійного розвитку МП

**Для підтримки професійного розвитку МП компанія «Данон» може фінансувати такі заходи, як стипендії, навчальні поїздки, конференції або освітні програми. Ці внески завжди здійснюються прозоро. Кожен крок документується та доводиться до відома ЗОЗ, до якого належить медичний працівник.**

Залежно від місцевих правил, компанія «Данон» може також укласти контракти з МП на виступи, маркетингові дослідження або медичні консультації, сплачуючи їм справедливую винагороду відповідно до місцевої ринкової вартості. При цьому ми не хочемо жодним чином впливати на рішення, поради чи професійну поведінку МП або винагороджувати їх.

Якщо місцеві закони та правила дозволяють, компанія «Данон» може передавати ЗОЗ обладнання, інформацію та/або освітні матеріали, пов'язані з їхньою практичною діяльністю, за письмовим запитом. Ці матеріали призначені виключно для підтримки закладів охорони здоров'я, а не для просування нашої продукції. Саме тому на цих матеріалах може бути логотип або назва нашої компанії, але вони не містять назв продуктів або логотипів продуктів.

У нашій взаємодії з МП ми не пропонуємо МП або їхнім сім'ям жодних подарунків. Однак іноді ми можемо запропонувати недорогий жест на честь історичної національної, культурної або релігійної події. Будь-які недорогі предмети або дрібнички, що надаються МП або ЗОЗ, не містять назв або логотипів продуктів.

Компанія «Данон» час від часу організовує або підтримує освітні заходи, як-от симпозиуми та наукові зустрічі. Такі заходи слугують форумом для обміну науковими та медичними знаннями. Ніяких розкішних місць, ніякої участі подружжя чи друзів, ніяких вишуканих страв — лише цілеспрямована програма,

орієнтована на зміст. Ми цінуємо гостинність у розумних межах і ніколи не дозволяємо їй впливати на рішення, поради чи професійну поведінку МП, а також не змушуємо їх призначати, рекомендувати, продавати чи просувати нашу продукцію [дитячих молочних сумішей](#).

З цієї причини ми встановили кілька правил. Наприклад, МП мають отримувати запрошення в письмовій формі на адресу їхніх робочих місць, а їхня присутність на освітніх заходах має бути прозоро задокументована. Ми можемо покрити витрати МП на проїзд, харчування, проживання та реєстраційні збори, але не оплачуємо участь у заходах. Дотримуючись цих правил, ми гарантуємо, що МП мають лише професійні та наукові причини для відвідування заходу.

У рамках місії компанії «Данон» ми підтримуємо дослідження та освіту на тему харчування матерів і немовлят. Гранти — це один зі способів надання такої підтримки.

Ми надаємо гранти лише організаціям і юридичним особам, а не окремим МП. Ці гранти ніколи не пов'язані з минулим, теперішнім, потенційним або майбутнім використанням або рекомендацією нашої продукції. Усі гранти мають відповідати кодексам діяльності відповідних установ і ретельно документуватися компанією «Данон». Для отримання додаткової інформації про гранти та, загалом, про взаємодію із системою охорони здоров'я, просимо ознайомитися з нашою [Політикою щодо системи охорони здоров'я](#).



## 1.3 Пожертви

**Як компанія, що прагне нести здоров'я через їжу якомога більшої кількості людей і позитивно впливати на здоров'я матерів і немовлят, ми усвідомлюємо свою соціальну відповідальність.**

У надзвичайних ситуаціях і в разі стихійних лих компанія «Данон» може передавати **дитячі молочні суміші, продукти прикорму** або інші продукти урядовим або гуманітарним організаціям після ретельної оцінки письмових запитів. Ці запити мають містити чітку медичну або соціальну причину і гарантувати, що пожертви призначені лише для дітей, які їх потребують, на думку їхніх МП. Компанія «Данон» ніколи не дарує **дитячі молочні суміші, продукти прикорму** чи інші продукти безпосередньо немовлятам або батькам. Дитячі будинки та інші заклади соціального захисту також можуть

просити про пожертви для немовлят, які не отримують грудного вигодовування. Компанія «Данон» відповідає лише на письмові запити, підписані відповідною посадовою особою, яка представляє організацію. Оцінка кожного конкретного випадку та надійний процес затвердження гарантують, що ми передаємо лише ту кількість, яка необхідна відповідно до місцевих законів і правил, а також конкретних надзвичайних потреб. На маркуванні або упаковці пожертвуваних продуктів має бути чітко зазначено, що продукт є «Пожертвою — не для продажу».



Принцип 2:

# РОЗШИРЕННЯ ПРАВ І МОЖЛИВОСТЕЙ БАТЬКІВ



## Ми допомагаємо батькам та опікунам приймати обґрунтовані рішення щодо годування своїх немовлят, створюючи сприятливе середовище.

У рамках нашої програми «Шлях впливу «Данон» (Danone Impact Journey) ми прагнемо сприяти зміцненню здоров'я через харчові продукти та робити свій внесок у розвиток людей і спільнот. Тому ми зобов'язуємося однаково підтримувати батьків, які годують груддю, і батьків, які не можуть або вирішили не застосовувати грудне вигодовування. Іноді доводиться кидати виклик табу, але для нас головне, щоб кожен батьки відчували себе почутими, зрозумілими та поінформованими, не відчуваючи при цьому жодного почуття провини. Ми виступаємо за високу якість продукції та обслуговування, надаючи батькам, опікунам і МП чітку, фактичну, науково обґрунтовану інформацію.

Шлях батьківства наповнений радістю, зв'язком і безумовною любов'ю. Але він також може бути складним, приголомшливим, а часом і невизначеним. Від ранньої вагітності до дитинства молодим і майбутнім батькам доводиться приймати сотні великих і малих рішень, які можуть вплинути на здоров'я, добробут і щастя їхньої дитини. Ми прагнемо допомогти батькам та опікунам впевнено орієнтуватися у

батьківстві. Незалежно від обставин, ми хочемо забезпечити їх ресурсами, необхідними для прийняття обґрунтованих рішень щодо харчування дитини. Чи то шляхом надання науково обґрунтованої інформації про переваги грудного вигодовування, чи то шляхом надання освітніх матеріалів про інші варіанти. Адже, зрештою, саме це допоможе батькам розвиватися.

### 2.1 Інформація розширює можливості

Знання — це сила, особливо коли мова йде про виховання та харчування. Батьки потребують вичерпної, неупередженої інформації, щоб приймати обґрунтовані рішення про те, що найкраще для них та їхніх немовлят. Щоб допомогти батькам зорієнтуватися в питаннях харчування немовляти, компанія «Данон» пропонує різноманітні ресурси — від освітніх матеріалів про дитяче харчування до детальної інформації про продукти та рекомендацій щодо годування.

Протягом багатьох років ми проводили масштабні наукові дослідження, і ми вважаємо своїм обов'язком ділитися нашими знаннями. Саме тому ми публікуємо та поширюємо статті, відео, лекції та інші матеріали про здоров'я та харчування матері та немовляти. Серед висвітлюваних тем — грудне вигодовування та його переваги, а також важливість харчування немовляти в перші 1000 днів життя.

Ми не використовуємо зверхню мову, не говоримо з ними зверхньо, не змушуємо їх відчувати себе винними та не використовуємо методи переконання для просування нашої продукції. Усі матеріали, якими ми активно ділимося з ними, ґрунтуються на фактах, не містять жодної реклами продукції **дитячої молочної суміші** та призначені для використання як інформаційні ресурси. Ми пишаємося нашою продукцією. Наші **дитячі молочні суміші** розробляються з особливою ретельністю та науковими

знаннями, що базуються на 50-річних дослідженнях грудного молока та відповідають суворим стандартам якості та безпечності. За допомогою маркування і спеціальних онлайн-платформ ми надаємо детальну та прозору інформацію. Це допомагає батькам ознайомитися з поживним складом, інгредієнтами та алергенами, а також з інструкціями з приготування наших молочних сумішей.

Точна та вичерпна інформація про продукт дозволяє батькам зробити обґрунтований вибір відповідно до віку немовляти та потенційних дієтичних обмежень. МП найкраще можуть проконсультувати батьків щодо годування їхніх немовлят. Тому інформація про нашу продукцію не замінює професійну консультацію і не відвертає батьків від грудного вигодовування як оптимального варіанту харчування немовлят.

## 2.2 Маркування дитячих молочних сумішей

Маркування наших продуктів розроблені так, щоб надати батькам інформацію, необхідну для прийняття обґрунтованих рішень. Саме тому ми надаємо інформацію на маркуваннях у чіткій формі, легко читабельній та зрозумілій для батьків мові. Ми стежимо за тим, щоб маркування були належним чином нанесені на контейнер.

На маркуваннях наших **дитячих молочних сумішей** чітко вказано вікову категорію продукту, а також інгредієнти та алергени, поживну цінність і склад, номер партії та/або термін придатності (з урахуванням клімату та умов зберігання в кожній конкретній країні). Маркування **дитячих молочних сумішей** також містять «Важливу інформацію» (або еквівалентне формулювання), яка містить заяву про перевагу грудного вигодовування та рекомендацію проконсультуватися з медичним працівником для отримання індивідуальних порад щодо потреб дитини та правильного застосування продукту. Чіткі інструкції з приготування, використання та зберігання надаються для захисту здоров'я дитини, а також попередження про ризики, пов'язані з неправильним приготуванням.

Щоб уникнути ідеалізації вигодовування дитячими молочними сумішами, ми свідомо не розміщуємо на маркуваннях зображень немовлят, а також не використовуємо ідеалізовані образи чи терміни на кшталт «гуманізований» або «материнський».

Ми робимо заяви про здоров'я або поживність на маркуваннях наших **дитячих молочних сумішей** лише тоді, коли це дозволено місцевими законами та правилами або відповідними стандартами Кодексу Аліментаріус (Codex Alimentarius) і підкріплено науковими доказами. Така практика є частиною нашого зобов'язання надавати батькам точну та правдиву інформацію, щоб вони не були введені в оману та могли зробити найкращий вибір харчування для своїх немовлят.



## 2.3 Послуги та підтримка для батьків та опікунів

Окрім інформації, багато батьків потребують практичної, персоналізованої та реальної підтримки в питаннях батьківства та вигодовування. Тому ми доповнюємо наші освітні матеріали послугами, які безпосередньо підтримують батьків.

### 2.3.1 Цифрові інструменти

У наш час цифрові інструменти роблять поради та підтримку у догляді за немовлям та його годуванні доступнішими для батьків по всьому світу. Ми постійно впроваджуємо інновації в цій сфері задля підтримки батьків. Наприклад, наші прості у використанні цифрові інструменти включають трекери росту та харчування, а також підтримку позицій для грудного вигодовування на основі **штучного інтелекту**. Ці інструменти можуть допомогти батькам зрозуміти процес годування немовляти та розпізнати закономірності.

Хоча ці інструменти покликані заспокоїти, розширити можливості та підтримати сім'ї, вони не замінюють медичні поради чи консультації з МП. Крім того, надані нами інструменти ніколи не рекламують **дитячі молочні суміші** та не відмовляють від грудного вигодовування. Ці інструменти призначені лише для того, щоб розширити можливості та підтримати батьків, виходячи з їхніх особистих рішень, можливостей та індивідуальних обставин.

### 2.3.2 Лінія підтримки споживачів

Наша лінія підтримки — це телефонний або онлайн сервіс, що забезпечує пряму лінію зв'язку для батьків, які потребують підтримки. Наші кваліфіковані фахівці готові відповісти на запитання та надати рекомендації. Вони можуть допомогти з проблемами, питаннями чи занепокоєнням щодо грудного вигодовування, годування молочними сумішами, змішаного вигодовування, харчування новонароджених, догляду за немовлятами та будь-якими іншими проблемами, з якими батьки можуть зіткнутися на шляху розвитку їхнього немовляти.

Наші фахівці на лініях підтримки є обізнаними, чуйними та неупередженими, що гарантує, що всі

батьки відчуватимуть, що вони можуть звернутися за підтримкою. Вони мають підготовку в різних галузях, зокрема нутриціологів, дієтологів і консультантів з питань лактації.

Наші фахівці лінії підтримки не рекламують і не поширюють інформацію про **дитячі молочні суміші**. Вони заохочують грудне вигодовування та підтримують батьків у виборі способу годування, яким би він не був. Ніяких непрошених порад, ніякого осуду, лише турбота. У цьому полягає суть лінії підтримки. Для отримання медичної консультації наші фахівці лінії підтримки порадять батькам та опікунам звернутися до відповідного МП.

## 2.4 Високоякісні продукти

У компанії «Данон» ми ставимо якість і безпеку нашої продукції понад усе та є лідером у виробництві, дослідженнях та інноваціях. Щоб забезпечити здоров'я та безпеку немовлят, ми виробляємо наші **дитячі молочні суміші** відповідно до суворих гігієнічних вимог і процедур управління якістю. У такий спосіб ми прагнемо гарантувати, що наша продукція не містить небезпечних біологічних, хімічних і поживних речовин.

Наша система контролю якості та безпеки харчових продуктів «Данон» базується на визнаних стандартах ISO та спеціальних нормах безпеки харчових продуктів (наприклад, FSSC 22000), стандартах Кодексу Аліментаріус (Codex Alimentarius) (наприклад, 72-1981, 156-1987), Кодексі гігієнічної практики (CAC/RCP 21-1979, CAC/RCP 66-2008), місцевих законах і правилах, а також новітніх наукових розробках і відповідає їм. Це означає, що наша продукція

відповідає одним з найвищих стандартів якості та безпеки у світі. Для порівняння, наші стандарти контролю якості та безпеки харчових продуктів для готових молочних сумішей охоплюють понад 800 пестицидів, а також 85 забруднювачів, із яких лише 25 наразі регулюються законодавством. Під час виробництва здійснюється понад 500 перевірок кожної партії, щоб гарантувати безпеку, поживність і найвищу якість наших **дитячих молочних сумішей**.





## 2.5 Клінічні дослідження та інші програми досліджень

Наші дослідження **дитячих молочних сумішей** стосуються безпеки та ефективності та є важливими для демонстрації якості нашої продукції, особливо для батьків, чії немовлята перебувають не лише на грудному вигодовуванні. Ми розуміємо різноманітні потреби сімей і надаємо вибір, який допомагає кожному з батьків почуватися впевнено, приймаючи рішення щодо вигодовування свого немовляти.

У наших дослідженнях ми дуже обережні, щоб не переривати грудне вигодовування батьків, які беруть у них участь. Наші дослідження проводяться з урахуванням їхніх різноманітних рішень щодо вигодовування і мають слугувати лише свідченням якості та надійності нашої продукції, зміцнюючи довіру батьків і **МП** до нас.

Під час участі в клінічних дослідженнях наша роль полягає в тому, щоб надавати наші молочні суміші саме в тій кількості, яка необхідна, суворо відповідно до вимог дослідження, для розповсюдження серед батьків, які беруть участь у дослідженні. Такий підхід гарантує, що надана кількість сумішей відповідає

лише конкретним потребам немовлят, не більше і не менше.

Ми дотримуємося міжнародних стандартів і законів під час проведення наших досліджень. Це зобов'язання дотримуватися настанов з належної клінічної практики Міжнародної ради з гармонізації (ICH), Гельсінської декларації та всіх застосовних місцевих і міжнародних законів відображає нашу прихильність до найкращих світових практик. У такий спосіб ми виконуємо свій обов'язок надавати батькам і **МП** надійну, науково обґрунтовану інформацію, ще більше зміцнюючи репутацію нашої продукції як надійного вибору в харчуванні немовлят.



Принцип 3:

# ВІДПОВІДАЛЬНІ ДІЇ



Ми дотримуємося наших глобальних **Стандартів** як всередині, так і за межами компанії, а також вживаємо заходів, за необхідності, щоб виконати свій обов'язок щодо підтримки грудного вигодовування та пропонування **дитячих молочних сумішей**.

Ми дотримуємося стандартів відповідального маркетингу **дитячих молочних сумішей** і виступаємо за прозорі практики. Ми прагнемо до суспільного діалогу та адаптуємося до потреб різних зацікавлених сторін, залишаючись вірними нашим цінностям. Ми продовжуємо лідирувати, впроваджувати інновації та вдосконалювати галузеві практики для забезпечення позитивного впливу на здоров'я.

Сприяння здоров'ю через харчові продукти, підтримка охорони здоров'я та допомога батькам у виборі способу вигодовування немовляти — це серйозні обов'язки, і ми не ставимося до них легковажно. У компанії «Данон» ми розуміємо, що наші дії та рішення

впливають на немовлят, матерів, батьків, опікунів, сім'ї та спільноти, саме тому ми дотримуємося наших високих глобальних **Стандартів**. І ці принципи проявляються в багатьох різних сферах, від підвищення внутрішньої обізнаності до підзвітності та забезпечення належного управління.

## 3.1 Підвищення **обізнаності** всередині компанії

Прихильність відповідальним маркетинговим практикам і внесок у добробут немовлят і сімей — це більше, ніж просто дотримання правил і положень, це говорить про основні цінності, які рухають нами як організацією.

Для досягнення довготривалих результатів ми маємо сформувані у наших співробітників, особливо у тих, хто працює з **дитячими молочними сумішами**, почуття цілеспрямованості та відповідальності. Це починається з високої обізнаності — у компанії «Данон» діє комплексна програма, спрямована на

те, щоб усі співробітники були обізнані з політикою «Данон», зокрема і з цими **Стандартами**. Однак мова йде не лише про це. Йдеться про визначення обов'язків працівників, інформування їх про цілі та принципи цих **Стандартів**, а також про те, щоб вони були на 100% залучені до роботи.

### 3.1.1 Документи про працевлаштування

Приєднуючись до команди, кожен співробітник компанії «Данон», який має підписаний договір або документ із підрозділом компанії «Данон» і займається маркетингом, продажем, навчанням і контролем над продукцією **дитячих молочних сумішей**, підписує конкретні зобов'язання щодо дотримання

стандартів маркетингу **дитячих молочних сумішей**. Ці співробітники мають завжди дотримуватися цих **Стандартів**, а також чинних законів і правил. Їх також просять активно відстежувати та повідомляти про будь-які потенційні порушення, пов'язані з цими **Стандартами**.

### 3.1.2 Розрахунок заохочень для працівників

Ми забезпечуємо відповідальні дії в кожному аспекті нашої діяльності, зокрема в тому, як ми винагороджуємо наші відділи. Бонуси наших співробітників ніколи не прив'язуються до продажів

дитячих молочних сумішей, незалежно від того, чи є це цільові значення або квоти. Це не перешкоджає винагороді на основі загальних результатів діяльності компанії.

### 3.1.3 Вступний інструктаж і безперервне навчання

Кожен співробітник компанії «Данон», який займається маркетингом, продажем, навчанням та контролем над продукцією дитячих молочних сумішей, проходить навчання як під час вступу на роботу, так і на регулярній основі впродовж усього періоду роботи. Ці навчальні сесії гарантують, що співробітники не тільки знають, але й дійсно розуміють відповідальний маркетинг і продаж дитячих молочних сумішей.

Ці навчальні сесії включають такі:

- Цілі та принципи Кодексу ВООЗ, включно із захистом і популяризацією грудного вигодовування.
- Зобов'язання компанії «Данон» щодо відповідального маркетингу, викладені в цих Стандартах.
- Чинні місцеві закони та правила, що стосуються дитячих молочних сумішей, які можуть бути суворішими або більш конкретними, ніж ці Стандарти, і яких

слід дотримуватися насамперед.

Компанія «Данон» ретельно контролює всі навчальні заходи, пов'язані з маркетингом дитячих молочних сумішей. Відділ кадрів або призначений співробітник кожного місцевого підприємства відповідає за ведення оновленої документації з навчання.



## 3.2 Моніторинг і звітність

У рамках наших зобов'язань ми маємо забезпечити дотримання як цих **Стандартів**, так і будь-яких місцевих законів або законодавства, які можуть бути суворішими. Єдиний спосіб досягти цього — уважно контролювати нашу власну діяльність (і діяльність наших **партнерів**), заохочувати людей висловлювати свої занепокоєння, а також швидко вживати заходів для виправлення будь-яких проблем.

Ми цінуємо зворотний зв'язок щодо наших **Стандартів** і способу їх впровадження і відкриті для отримання такого зворотного зв'язку різними способами (лінія з питань етики «Данон», внутрішній або зовнішній аудит або інші джерела, як-от засоби масової інформації, **НУО**, організації громадянського суспільства, державні органи, професійні групи, Бюро Верітас (Bureau Veritas), Ініціатива з доступу до

харчування (ATNI), Фондова біржа «Файненшл Таймс» (Financial Times) (FTSE) та інші особи, що працюють в компанії «Данон» або за її межами). Будь-яке отримане нами звинувачення розглядається з усією серйозністю, а можливі коригувальні заходи ретельно документуються за допомогою як зовнішніх, так і внутрішніх процесів звітності.

### 3.2.1 Внутрішній моніторинг

Постійний моніторинг наших внутрішніх процесів необхідний для того, щоб забезпечити повагу до правил, викладених у цих **Стандартах**, і їх неухильне дотримання. Цей процес моніторингу включає регулярні аудити, огляди та оцінки нашої діяльності з метою виявлення будь-яких прогалин або

сфер для вдосконалення, особливо з погляду нашого зобов'язання щодо відповідального маркетингу **дитячих молочних сумішей**. Ми швидко та ретельно розглядаємо та усуваємо будь-які порушення або недоліки, виявлені нашою внутрішньою системою моніторингу.

### 3.2.2 Внутрішній та зовнішній аудити

Щоб забезпечити неупередженість в оцінці нашої діяльності, ми організуємо аудит наших маркетингових практик щодо **дитячих молочних сумішей**. Ці аудити можуть проводитися як третіми сторонами, так і внутрішніми підрозділами компанії «Данон», які не підпорядковуються місцевому керівництву компанії.

- **Внутрішні:** у рамках нашого протоколу внутрішнього аудиту регулярно проводяться внутрішні перевірки підрозділів компанії, що працюють у сфері спеціалізованого харчування, зокрема конкретних механізмів контролю, пов'язаних із маркетингом **дитячих молочних сумішей**. Крім того, щорічна самооцінка проводиться в кожному місцевому підрозділі компанії та аналізується централізовано, включно з планами подальших дій.
- **Зовнішні:** щороку ми запрошуємо авторитетну, незалежну третю сторону для проведення аудиту дотримання цих **Стандартів** щонайменше у двох (2) підрозділах компанії. Генеральний юрисконсульт із питань спеціалізованого харчування пропонує план зовнішньої перевірки, включно з місцем, часом та обсягом робіт, який потім затверджується Комітетом із

питань відповідності спеціалізованого харчування (**SN PCC**). Результати зовнішніх аудитів, звіт і план дій щороку публікуються на нашому вебсайті. Ми відкриті щодо зворотного зв'язку, який отримуємо, і заходів, яких вживаємо для покращення.

#### Ці аудити допомагають нам переконатися в такому:

- Ми дотримуємося наших зобов'язань щодо відповідального маркетингу **дитячих молочних сумішей**.
- Ми уважно стежимо за дотриманням цих **Стандартів** і місцевого законодавства та використовуємо їх для формування наших маркетингових практик.
- Ми можемо швидко визначити потенційні проблеми та сформулювати шляхи їх вирішення.

### 3.2.3 Процедура повідомлення про порушення

**Більшість співробітників компанії «Данон» звикли до процесів внутрішнього та зовнішнього аудиту та звітності. Зрештою, ми постійно відстежуємо нашу діяльність і прагнемо до вдосконалення. Якщо щось не так, ми не просто заохочуємо співробітників говорити про це, ми чекаємо на це. Дотримання вимог — це спільна відповідальність.**

Про будь-які передбачувані порушення цих [Стандартів](#) можна повідомити, поінформувавши відповідних осіб (ієрархічного або функціонального керівника, внутрішнього контролера або аудитора, [менеджера з дотримання стандартів маркетингу дитячих молочних сумішей](#), [відділ кадрів](#) або юридичного представника) або безпосередньо повідомивши керівництво компанії «Данон» через систему інформування про порушення ([www.danoneethicsline.com](http://www.danoneethicsline.com)).

Ми розуміємо, що можуть траплятися випадки, коли працівники відчують себе незручно або не можуть висловитися, повідомляючи про

проблеми дотримання вимог чи правозастосування. Саме тому компанія «Данон» дотримується суворого принципу непереслідування, який покликаний захистити працівників, які добросовісно повідомляють про порушення. Наші співробітники, [партнери](#) та будь-яка третя сторона можуть скористатися Лінією з питань етики Danone (DEL), щоб анонімно та конфіденційно повідомити про порушення, не побоюючись негативних наслідків. Лінія з питань етики Danone дозволяє повідомляти про проблеми або невідповідності, пов'язані з цими [Стандартами](#). Щоб дізнатися більше, ознайомтеся з нашим останнім [Кодексом ділової поведінки компанії «Данон»](#).

### 3.2.4 Звітування вищому керівництву

**Будь-які проблеми, які ми виявляємо під час моніторингу, аудиту або за допомогою системи повідомлень про порушення, сприймаються з усією серйозністю, аналізуються та оперативно вирішуються за необхідності, а також ретельно документуються у внутрішніх і зовнішніх звітах.**

Щороку протягом першого кварталу готується внутрішній підсумковий звіт для Генерального юрисконсульта з питань спеціалізованого харчування, який охоплює всі аспекти дотримання цих [Стандартів](#). Цей звіт представляється [Комітету з питань відповідності спеціалізованого харчування](#), Генеральному юрисконсульту компанії «Данон» і Правлінню компанії «Данон». Двічі на рік Генеральний юрисконсульт із питань спеціалізованого харчування також інформує [Комітет із питань відповідності спеціалізованого харчування](#) про основні моменти нашої практики щодо [стандартів маркетингу дитячих молочних сумішей](#), зокрема щодо такого:

- Самооцінки та оновлення статусу різних [бізнес-підрозділів у країні](#),
- звіти про хід внутрішніх перевірок та оглядів у рамках діяльності зі спеціалізованого харчування,
- рекомендації щодо плану перевірок із зазначенням місця, часу та обсягу робіт, які мають бути виконані зовнішніми незалежними аудиторами,
- звіти про хід виконання, оновлення статусу та схвалення зовнішніх перевірок та оглядів,
- стислий опис запропонованих і впроваджених коригувальних заходів, а також
- підсумок усіх завершених навчальних сесій.

### 3.2.5 Щорічний звіт про дотримання вимог (зовнішній)

Щороку ми публікуємо комплексний зовнішній звіт, у якому описуємо, як ми дотримуємося цих [Стандартів](#). Цей звіт є підсумком усіх аудитів та оцінок дотримання цих [Стандартів](#), які були проведені протягом останнього року. Він містить перелік усіх виявлених

невідповідностей, а також кроки, які ми зробили для їх усунення. Цей зовнішній звіт забезпечує прозорість, дозволяючи споживачам, інвесторам і регуляторним органам ознайомитися з результатами всіх аудитів, які ми пройшли протягом року.

## 3.3 Усе про належне врядування

Щоб переконатися, що наші дії відповідають нашим цінностям і нашим **Стандартам**, ми створили надійні структури управління та робочі процеси. Ці структури сприяють доброзечності та відповідальному прийняттю рішень на всіх рівнях організації.

### 3.3.1 Менеджери з дотримання стандартів маркетингу дитячих молочних сумішей

**Менеджер з дотримання стандартів маркетингу дитячих молочних сумішей** координує впровадження та контролює дотримання цих **Стандартів** бізнес-підрозділами у країні на місцевому рівні. До складу менеджерів з дотримання стандартів маркетингу дитячих молочних сумішей, що входить до складу Департаменту Генерального секретаря, входять:

- Забезпечення повної обізнаності та розуміння цих **Стандартів** нашими співробітниками, які працюють над **дитячими молочними сумішами**. Це включає спеціальне навчання щодо цих **Стандартів**, організоване у співпраці з нашими колегами з **відділу кадрів**.
- Надання консультацій щодо застосування цих **Стандартів** у своїх **бізнес-підрозділах у країні**. Для цього вони надають посібники для країн, навчають персонал і повідомляють про внутрішні невідповідності.
- Проведення щорічної самооцінки, пов'язаної з маркетингом **дитячих молочних сумішей**, у рамках свого бізнес-підрозділу, і забезпечення виконання подальших дій.
- Розгляд і щоквартальне звітування щодо будь-яких скарг, порушень або звинувачень у недотриманні цих **Стандартів** (див. 3.3.2 «Розгляд скарг»).



### 3.3.2 Розгляд скарг

**Наявність правил і політик — це одне. Інша справа — виправлення помилок, коли вони трапляються, та забезпечення підзвітності. Підзвітність має важливе значення для підтримки довіри та прозорості в нашій організації.**

Будь-яке звинувачення у недотриманні цих **Стандартів**, незалежно від того, хто його висуває — співробітники компанії «Данон» чи треті особи, — буде ретельно розслідувано нашим **менеджером з дотримання стандартів маркетингу дитячих молочних сумішей**.

Як тільки до нас надходить повідомлення про порушення цих **Стандартів**, ми документуємо всю відповідну інформацію в базі даних. Сюди входить місце, дата й характер порушення.

**Менеджер з дотримання стандартів маркетингу дитячих молочних сумішей** розслідує скаргу та документує хід усіх

дій і результати. Потім база даних оновлюється з усіма відповідними деталями, включно із заходами, вжитими для вирішення проблеми, і копією офіційної відповіді протягом чотирьох тижнів, яку ми надсилаємо скаржнику. Скарги не вважаються вирішеними доти, доки не будуть виконані всі коригувальні дії. Щоквартально звіт подається Генеральному юрисконсульту з питань спеціалізованого харчування.

Залежно від серйозності порушення, санкції до працівників можуть варіюватися від попереджень і скорочення премій до розірвання договору або судового позову.

### 3.3.3 Підзвітність

**Кінцеву відповідальність за впровадження цих **Стандартів маркетингу дитячих молочних сумішей** несе Генеральний директор компанії «Данон». Але, звичайно, наш Генеральний директор не може одноосібно забезпечити дотримання вимог у всій організації — це має контролюватися на всіх рівнях. Саме тому Генеральний директор делегує повноваження Виконавчому віце-президенту (EVP) з питань спеціалізованого харчування (SN), який також входить до складу Виконавчого комітету компанії «Данон».**

Генеральний юрисконсульт і категорійна адвокація віце-президента з питань спеціалізованого харчування відповідає за глобальне впровадження та моніторинг процедур, викладених у цих **Стандартах**, а також за їхню звітність. Комітет з питань відповідності спеціалізованого харчування відповідає за глобальний моніторинг і звітність щодо впровадження цих **Стандартів**.

До складу цього комітету входять виконавчий віце-президент (EVP) із питань спеціалізованого харчування, Генеральний юрисконсульт і категорійна адвокація віце-президента з питань спеціалізованого харчування, керівники з маркетингу спеціалізованого харчування, якості та безпечності харчових продуктів, медичних і дієтологічних наукових досліджень, а також досліджень та інновацій. Склад членів **Комітету з питань**

**відповідності спеціалізованого харчування** може час від часу змінюватися.

Генеральні директори відповідають за повсякденне впровадження цих **Стандартів** у своїх **бізнес-підрозділах у країні**. Місцевий Генеральний секретар також призначає **менеджера з дотримання стандартів маркетингу дитячих молочних сумішей** з-поміж членів своєї команди.

Розподіляючи відповідальність за дотримання наших **Стандартів** в організації, ми гарантуємо, що кожен відділ, команда та кожен співробітник компанії «Данон» розуміє свою роль у підтримці наших високих **Стандартів**. Це є основою культури підзвітності, прозорості та доброчесності, яку ми прагнемо розвивати в компанії «Данон».



### 3.4. **Адвокація** покращення дитячого харчування та підтримка батьків

Ми хочемо підтримувати сім'ї та сприяти здоровому розвитку дітей, поважаючи при цьому право батьків на усвідомлений вибір шляху вигодовування. Ми можемо використовувати наш масштаб для позитивного впливу та прагнемо сприяти формуванню проактивного, конструктивного та науково обґрунтованого діалогу щодо популяризації грудного вигодовування, підтримки батьків та покращення здоров'я немовлят і матерів у цілому по всьому світу. Це завжди буде нашим пріоритетом. Ми підтримуємо принципи відкритості, прозорості та доброчесності у всій нашій адвокаційній діяльності.

Ми віримо в колективну участь і діалог. Діючи разом, ми можемо досягти значущих змін. Саме тому ми взаємодіємо з різними зацікавленими сторонами, включно з урядами та регуляторними органами, науковими товариствами, торговими асоціаціями, експертами, НУО, організаціями громадянського суспільства, як-от батьківські групи, та іншими компаніями, як у харчовому секторі, так і за його межами. Ми дійсно переконані, що формування політики більше не належить виключно політикам, а включає широке коло учасників. Наш діалог із цією великою кількістю та різноманітністю зацікавлених

сторін допомагає нам формувати комплексні позиції та впроваджувати відповідні ефективні рішення.

Ми суворо дотримуємося [Політики компанії «Данон» щодо адвокаційної діяльності](#), яка оновлюється за потреби, гарантуючи, що будь-які адвокаційні зусилля, пов'язані з харчуванням матерів, немовлят і дітей раннього віку, відповідають цим керівним принципам. Уся наша діяльність з адвокації, як пряма, так і через галузеві асоціації, має бути прозорою та ґрунтуватися на фактах.

### 3.4.1 Робота з нашими зацікавленими сторонами

У компанії «Данон» ми з великою повагою ставимося до ролі, яку відіграють уряди та законодавці у формуванні здоров'я та добробуту. Щоб допомогти їм приймати обґрунтовані рішення та політику, які принесуть користь усім, ми надаємо їм об'єктивну, науково обґрунтовану та послідовну інформацію про харчування немовлят і дітей раннього віку. Ми підтримуємо

прийняття, впровадження та, що найважливіше, дотримання національного законодавства, яке відповідає потребам кожного ринку в галузі охорони здоров'я матері та дитини, щоб створити рівні умови для всіх учасників ринку. Ми не підриваємо основи державної політики, які слугують цій меті.

### 3.4.2 Прозорість завжди на першому місці

У наших відносинах із зовнішніми зацікавленими сторонами та в нашій адвокаційній діяльності прозорість завжди стоїть на першому місці. Ми завжди чітко заявляємо про наші позиції та цілі, і ми активно публікуємо на вебсайті компанії «Данон» багато наших політик і зовнішніх позицій з питань нашої адвокації, а також консультації з органами влади або політиками. У дусі прозорості ми також опублікували список

членства компанії «Данон» у наших торгових асоціаціях, організаціях, багатосторонніх коаліціях і бізнес-платформах у сфері харчування дітей раннього віку, який можна знайти в Додатку 1 до [Політики компанії «Данон» щодо адвокації](#). Цей перелік оновлюється щороку та є точним, наскільки нам відомо. Щоб дізнатися більше, ознайомтеся з [Політикою компанії «Данон» щодо адвокації](#).





## Додаток І: країни підвищеного рівня ризику

Афганістан	Конго	Ямайка	Нігер	Судан
Албанія	Острови Кука	Йорданія	Нігерія	Суринам
Алжир	Коста-Рика	Казахстан	Ніуї	Свазіленд
Ангола	Кот-д'Івуар	Кенія	Окупована палестинська територія	Сирійська Арабська Республіка
Антигуа і Барбуда	Корейська Народно-Демократична Республіка	Кірибаті	Оман	Таджикистан
Аргентина	Демократична Республіка Конго	Кувейт	Пакистан	Таїланд
Вірменія	Джибуті	Киргизстан	Палау	Колишня Югославська Республіка Македонія
Азербайджан	Домініка	Лаоська Народно-Демократична Республіка	Папуа-Нова Гвінея	Тимор-Лешті
Багамські острови	Домініканська Республіка	Ліван	Парагвай	Того
Бахрейн	Еквадор	Лесото	Перу	Тонга
Бангладеш	Єгипет	Ліберія	Філіппіни	Тринідад і Тобаго
Барбадос	Сальвадор	Лівійська Арабська Джамахірія	Катар	Туніс
Білорусь	Екваторіальна Гвінея	Мадагаскар	Республіка Молдова	Туреччина
Беліз	Еритрея	Малаві	Румунія	Туркменістан
Бенін	Ефіопія	Малайзія	Російська Федерація	Тувалу
Бутан	Фіджі	Мальдіви	Руанда	Уганда
Болівія	Габон	Малі	Сент-Кітс і Невіс	Україна
Боснія і Герцеговина	Гамбія	Маршаллові острови	Сент-Люсія	Об'єднані Арабські Емірати
Ботсвана	Грузія	Мавританія	Сент-Вінсент і Гренадіни	Об'єднана Республіка Танзанія
Бразилія	Гана	Маврикій	Самоа	Уругвай
Болгарія	Гренада	Мексика	Сан-Томе і Принсіпі	Узбекистан
Буркіна-Фасо	Гватемала	Мікронезія (Федеративні Штати)	Саудівська Аравія	Вануату
Бурунді	Гвінея	Монголія	Сенегал	Венесуела (Боліваріанська Республіка)
Камбоджа	Гвінея-Бісау	Чорногорія	Сербія	В'єтнам
Камерун	Гаяна	Марокко	Сейшельські острови	Ємен
Кабо-Верде	Гаїті	Мозамбік	Сьєрра-Леоне	Замбія
Центральноафриканська Республіка	Гондурас	М'янма	Соломонові острови	Зімбабве
Чад	Індія	Намібія	Сомалі	Сенегал
Китай	Індонезія	Науру	Південна Африка	
Колумбія	Іран (Ісламська Республіка)	Непал	Південний Судан	
Коморські острови	Ірак	Нікарагуа	Шрі-Ланка	

## Додаток II: визначення термінів

ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ	
ATNI	Ініціатива з доступу до харчування
Дитяча молочна суміш	будь-яка молочна суміш для здорових немовлят і дітей раннього віку. До них відносяться дитячі молочні суміші для немовлят раннього віку (до шести місяців), дитячі молочні суміші для немовлят старшого віку (молочна суміш стадії 2: від шести до дванадцяти місяців) і суміші для дітей молодшого віку (від дванадцяти до тридцяти шести місяців). Харчовий продукт для спеціальних медичних цілей для новонароджених (I-FSMP) не вважається дитячою молочною сумішшю для цілей цих Стандартів
BFMS	Стандарти маркетингу дитячих молочних сумішей «Данон»
BFMS-CM	Менеджер з дотримання стандартів маркетингу дитячих молочних сумішей, відповідальний за дотримання стандартів маркетингу дитячих молочних сумішей (включно із заміниками грудного молока), пов'язаних з дотриманням маркетингових вимог, що мають відношення до його/її глобального бізнес-підрозділу у країні та/або харчування дітей раннього віку.
Заміник грудного молока	суміш, що замінює грудне молоко. У всьому світі компанія «Данон» визначає дитячі молочні суміші для немовлят раннього віку (0–6 місяців) як заміник грудного молока на так званих ринках підвищеного ризику, а також дитячі молочні суміші для немовлят старшого віку (6–12 місяців) також є заміником грудного молока.
Прикорм	їжа, крім молочних сумішей, придатна як доповнення до грудного молока або дитячих молочних сумішей для задоволення особливих потреб немовлят, які перебувають у доброму стані здоров'я, під час відлучення від грудного вигодовування, а також дітей раннього віку, які перебувають у доброму стані здоров'я, як доповнення до їхнього раціону та/або як доповнення до їхнього раціону та/або для їхньої поступової адаптації до звичайної їжі
CBU	Бізнес-підрозділ у країні
CEO	Генеральний директор
DEL	Лінія з питань етики Danone
Пожертва	фінансовий або натуральний внесок, що відображає соціальну відповідальність компанії «Данон» і допомагає установам в інших сферах, окрім досліджень, науки та освіти.
Проект «Дуал»	Соціально-економічний проект «Дуал» компанії «Данон» розпочався у 1972 році з метою надихнути на більш здорові та стійкі практики харчування та пиття, відповідно до нашого бачення — «Данон, одна планета. Одне здоров'я», що відображає тверду впевненість у тому, що здоров'я людей і здоров'я планети взаємопов'язані. Ми свідомо зосереджуємося на швидкозростаючих категоріях, орієнтованих на здоров'я, і беремо на себе зобов'язання працювати ефективно, стабільно та відповідально.
ELN	Харчування дітей раннього віку
EVP	Виконавчий віце-президент
Молочна суміш стадії 2	для цілей цього Стандарту — молочна суміш, призначена для здорових немовлят віком від шести до дванадцяти місяців, також відома як дитяча молочна суміш для немовлят старшого віку, що продається на ринку.
Молочна суміш для професійної оцінки (FPE)	дитяча молочна суміш, надана МП з метою професійної оцінки або дослідження на інституційному рівні. Молочна суміш для професійної оцінки не вважається зразком.
FTSE	Фондова біржа «Файненшл Таймс» (Financial Times)
Генеральний юристконсульт із питань спеціалізованого харчування	Генеральний юристконсульт і категорійна адвокція підрозділу спеціалізованого харчування компанії «Данон», який може повністю або частково делегувати свої обов'язки відповідно до Стандартів відповідній особі(-ам) у рамках організації, що спеціалізується на правовому регулюванні та дотриманні вимог у сфері спеціалізованого харчування.
Заклад охорони здоров'я (ЗОЗ)	юридична особа (i), яка є медичною, медико-санітарною або науковою асоціацією чи організацією (незалежно від юридичної або організаційної форми), наприклад, лікарня, клініка, фонд, університет або інший навчальний заклад чи наукове товариство (за винятком пацієнтських організацій), або (ii), через яку один або більше медичних працівників надають послуги. Для цілей цього документа це може включати, наприклад, асоціації акушерок. Аптеки не включені у визначення ЗОЗ для цілей цієї Політики.

## Додаток II: визначення термінів

<b>Медичний працівник (МП)</b>	особа, яка займається медичною, стоматологічною, фармацевтичною, акушерською, дієтологічною або медсестринською діяльністю, або будь-яка інша особа, яка під час своєї професійної діяльності може призначати, купувати, постачати, рекомендувати або застосовувати за дорученням пацієнта харчові продукти або надавати медичні послуги.
<b>Країни підвищеного рівня ризику</b>	відповідно до визначення країн підвищеного рівня ризику FTSE4Good (Фондова біржа «Файненшл Таймс» (Financial Times) за хороші показники) ті країни, які відповідають будь-якому з таких критеріїв: <ul style="list-style-type: none"> <li>Рівень смертності понад 10 на 1000 (у віці до 5 років).</li> <li>Понад 2 % гострого недоїдання (помірне та важке виснаження) у дітей віком до 5 років.</li> <li>Перелік країн підвищеного рівня ризику за визначенням FTSE міститься в Додатку 1 і може час від часу змінюватися.</li> </ul>
<b>Дитяча молочна суміш</b>	продукт, розроблений для здорових немовлят віком до дванадцяти місяців. Дитяча молочна суміш для немовлят раннього віку — це продукт для здорових немовлят віком від народження до 6 місяців, який задовольняє потреби таких дітей у поживних речовинах до моменту введення відповідного прикорму. Дитяча молочна суміш для немовлят старшого віку — це продукт для здорових немовлят віком від 6 місяців до 12 місяців, за умови введення відповідного прикорму. Вона є основним рідким елементом у поступово диверсифікованому раціоні таких немовлят. Також називається «Молочна суміш стадії 2»
<b>i-FSMP</b>	Харчовий продукт для спеціальних медичних цілей для новонароджених (або аналогічне юридичне формулювання, як медичне харчування) — це продукти, призначені для використання немовлятами, у яких діагностовано захворювання, розлад або стан здоров'я. Ці пацієнти мають обмежену, ослаблену або порушену здатність приймати, перетравлювати, засвоювати, метаболізувати грудне молоко або дитячу суміш або певні поживні речовини, що містяться в них, або метаболіти, або інші медично визначені потреби в поживних речовинах, які не можуть бути задоволені лише шляхом модифікації звичайного раціону. Ці продукти слід застосовувати тільки під наглядом лікаря, вони спеціально оброблені або виготовлені в такий спосіб, щоб відрізнитися від дитячих сумішей, призначених для здорових немовлят.
<b>Інформаційні та/або освітні матеріали</b>	матеріал, письмовий, звуковий або візуальний, який надає інформацію про такі теми, як харчування, охорона здоров'я, ріст і розвиток немовлят, але не призначений для просування конкретної торгової марки продукту.
<b>Маркування</b>	письмовий або графічний матеріал, надрукований, зображений, витиснений, відтиснутий або прикріплений до упаковки продукту.
<b>Маркетинг</b>	просування, розповсюдження, продаж, реклама, зв'язки з громадськістю та інформаційні послуги.
<b>Маркетинговий матеріал</b>	матеріал, письмовий, звуковий або візуальний, пов'язаний із продажем, купівлею або просуванням певного бренду чи продукту, включно, зокрема, з рекламою в місцях продажу, спеціальними вкладками, маркуванням, телебаченням, радіо, інтернетом, соціальними мережами та друкованою рекламою.
<b>НУО</b>	Неурядова організація
<b>Батько/мати</b>	у цьому документі ми можемо використовувати лише слово «батьки», але завжди маємо на увазі тих, хто є або виступає в ролі батька чи матері для дитини, наприклад, батьків або опікунів.
<b>Партнери</b>	сторона, що діє від імені компанії «Данон» або у співпраці з компанією «Данон» щодо дитячих молочних сумішей, із якою компанія «Данон» має двосторонні підписані договірні відносини, зокрема, але не виключно, дистриб'ютори, агенції та ЗОЗ.
<b>ПО</b>	«Пацієнтська організація» — неприбуткова організація (включно з головними організаціями, до яких вони належать), що складається переважно з пацієнтів та/або опікунів, і представляє та/або підтримує потреби чи інтереси пацієнтів та/або опікунів.

## Додаток II: визначення термінів

<b>Стандарти</b>	стосується Стандартів маркетингу дитячих молочних сумішей компанії «Данон».
<b>Зразок</b>	одна одиниця продукту компанії «Данон», що надається безплатно МП, ЗОЗ, пацієнту або споживачу та не призначена для продажу.
<b>SN</b>	спеціалізоване харчування, яке включає як харчування дітей раннього віку (ELN), так і спеціалізоване клінічне харчування (AMN).
<b>SN PCC</b>	Комітет з питань відповідності спеціалізованого харчування
<b>Кодекс ВООЗ</b>	Міжнародний кодекс маркетингу заміників грудного молока Всесвітньої організації охорони здоров'я (1981 р.)



**DANONE**  
ONE PLANET. ONE HEALTH