



**CHECK LIST PER LA VERIFICA DEL RISPETTO DEL
CODICE SULLA COMMERCIALIZZAZIONE DEI SOSTITUTI DEL LATTE MATERNO
(Allegato B)**

N°	Requisito	Evidenze oggettive	OSS	NC
1	Sono definite e documentate le modalità con cui l'Azienda promuove le finalità del codice?			
2	Sono definite e documentate le modalità con cui l'azienda si impegna a divulgare un'informazione obiettiva e coerente sull'alimentazione dei lattanti e dei bambini?			
3	I materiali informativi e didattici prodotti in tema di alimentazione dei neonati includono un'informazione chiara su tutti i seguenti punti? 1. Benefici allattamento al seno 2. Alimentazione materna, preparazione e mantenimento dell'allattamento al seno 3. Effetto negativo sull'allattamento al seno dell'introduzione anche parziale del biberon 4. Difficoltà di rendere reversibile la decisione di non allattare al seno 5. Ove necessario, l'uso corretto degli alimenti per lattanti, sia quelli di produzione industriale che di preparazione casalinga			
4	L'Azienda agisce secondo i principi del Codice?			
4.1	L'Azienda assicura che i principi del Codice vengano rispettati da parte di tutti gli operatori sanitari?			
5	Vengono accettate fomiture omaggio o a basso costo di latte artificiale, tettarelle, biberon, ciucci e paracapezzoli?			
5.1	L'acquisto di sostituti del latte materno e di latte speciale, avviene con le stesse modalità di acquisto degli altri prodotti?			
6	Vengono pubblicizzati in azienda i sostituti del latte materno?			
6.1	All'interno dell'azienda, vengono esposti marchi commerciali di compagnie produttrici di sostituti del latte materno?			



N°	Requisito	Evidenze oggettive	OSS	NC
7	Vengono organizzate sessioni informative/formative rivolte alle gestanti sul tema della preparazione e uso del latte artificiale?			
8	L'azienda permette contatti diretti tra i rappresentanti delle compagnie e le gestanti/madri?			
9	L'azienda autorizza la donazione di campioni gratuiti con sostituiti del latte materno a gestanti, puerpere o parenti / visitatori?			
10	Sono definite le regole per il ricevimento di campioni gratuiti coperti dal Codice Internazionale?			
10.1	La possibilità di ricevere campioni gratuiti è limitata ai soli scopi di sperimentazione scientifica?			
11	I contributi finanziari per la formazione, ricerca e acquisto di attrezzature sono gestiti dalla direzione aziendale in base alla priorità dei piani attuativi?			
11.1	Le compagnie produttrici di prodotti coperti dal codice si impegnano formalmente a rinunciare all'uso per scopi pubblicitari di contributi finanziari per la formazione, la ricerca e l'acquisto di attrezzature?			
12.1	Negli spazi aziendali sono permesse pubblicità di latti artificiali in polvere o liquidi?			
12.2	Negli spazi aziendali sono permesse pubblicità di prodotti che possono in tutto o in parte sostituirsi al latte materno, se presentati come adatti a bambini di età inferiore a 6 mesi?			



N°	Requisito	Evidenze oggettive	OSS	NC
12.3	Negli spazi aziendali sono ammesse pubblicità – qualsiasi canale pubblicitario - anche indirette, di ditte che producono sostituti del latte materno, biberon, tettarelle, ciucci e paracapezzoli?			
13	Sono presenti pubblicità provenienti da negozi e catene specializzate in prodotti per bambini?			
14	Sono ammessi riferimenti generici legati all'alimentazione?			
15	Negli spazi aziendali è ammessa l'esposizione e/o la consegna di campioni di prodotti – es. latte artificiale, sostituti del latte materno, tettarelle, ciucci ecc, o alimenti complementari?			
16	È ammessa la pubblicità di tiralatte prodotti da ditte che non violano il codice? Tale pubblicità contiene messaggi ambigui circa l'allattamento?			
16.1	E' accettata la pubblicità di tiralatte prodotti da ditte che promuovono anche biberon e/o tettarelle?			
17	È ammessa la pubblicità di coppette assorbilatte? Tale pubblicità contiene affermazioni, immagini che possono compromettere l'allattamento?			
18	Sono ammesse pubblicità a creme, unguenti o lozioni per i capezzoli?			
18.1	Sono disponibili evidenze scientifiche: - sull'efficacia di tali creme, unguenti o lozioni per i capezzoli? - che dimostrino che creme, unguenti o lozioni per i capezzoli non interferiscono con il successo dell'allattamento?			



N°	Requisito	Evidenze oggettive	OSS	NC
18.2	Le pubblicità a creme, unguenti o lozioni per i capezzoli – se presenti - esprime opinioni negative nei confronti dell'allattamento?			
18.3	Le pubblicità a creme, unguenti o lozioni per i capezzoli – se presenti - affermano che il prodotto può prevenire dolore o ragadi?			
18.4	Le pubblicità a creme, unguenti o lozioni per i capezzoli - se presenti - affermano che la prevenzione e cura di dolore o ragadi è rappresentato da posizione ed attacco corretti?			
18.5	Sugli annunci sono riportate affermazioni basate su evidenze scientifiche circa la capacità dei prodotti di lenire capezzoli irritati e coadiuvare la guarigione di ferite umide?			
18.6	Le pubblicità consigliano l'uso di crema, unguenti e lozioni di routine?			
19	La pubblicità rivolta alle madri induce a credere che per la produzione di latte sia necessario assumere alimenti, bevande specifiche o integratori?			
20	La pubblicità rappresenta l'alimentazione al biberon come normale per i bambini?			
21	Le pubblicità esposte nei luoghi aziendali sono coerenti con i principi del "Codice Internazionale OMS/UNICEF per la commercializzazione dei sostituti del latte materno)?			
22	L'azienda ha adottato i provvedimenti necessari affinché sia data piena attuazione ai principi e alle finalità del codice?			



N°	Requisito	Evidenze oggettive	OSS	NC
23	L'ATS ha promosso la formazione sull'allattamento al seno a MMG e PLS?			
24	È disponibile nella rete intranet dedicata alla Medicina di Famiglia, documentazione aggiornata?			
25	Sono programmati ed attuati con continuità percorsi di formazione specifici rivolti agli operatori?			
26	Sono programmate ed attuate azioni a sostegno dell'adesione dei pediatri?			
27	Viene garantito il monitoraggio dell'applicazione del codice?			
27.1	Vengono periodicamente verificati da parte dell'ATS gli ambulatori dei PLS?			
27.2	In caso di criticità (non conformità), si è provveduto ad effettuare degli audit specifici?			
28	L'ASST ha aggiornato la procedura che regola i contratti di fornitura della pubblicità secondo i criteri BFHI/BFCI?			
29	Gli operatori incaricati formalmente in ciascuna unità operativa effettuano controlli regolari su:			
29.1	- rispetto del codice all'interno dell'azienda?			
29.2	- messaggi pubblicitari?			
29.3	- sugli acquisti e sulla documentazione contabile?			
30	Il monitoraggio della BCFI (e relativi indicatori sull'allattamento) viene gestito nell'ambito del sistema di gestione per la qualità aziendale?			
31	Sono codificate e note le modalità per la segnalazione di eventuali violazioni del Codice?			
32	Eventuali violazioni del Codice sono state segnalate in forma documentata?			