

Gentilissimi,

Vi scriviamo con profonda preoccupazione e marcato stupore, a seguito dell'avvio del "Progetto interaziendale a tutela dell'allattamento" da voi promosso, come riportato nel seguente articolo di Quotidiano Sanità:

http://www.quotidianosanita.it/lavoro-e-professioni/articolo.php?articolo_id=107626&fr=n

I contenuti del Progetto e la relativa Politica Aziendale sull'Allattamento (PAA) sono lodevoli. La messa in atto, puntuale e condivisa, di queste indicazioni, garantisce migliori tassi di allattamento e maggior soddisfazione materna, nonché migliori esiti in termini di salute pubblica.

La Politica Aziendale da voi promossa, di fatto, ricalca l'iniziativa Ospedale Amico del Bambino Unicef (ispirandosi anche nel nome), promuovendo nelle realtà italiane i cosiddetti 10 Passi.

O meglio, 9.

Ciò che è stato esplicitamente e deliberatamente eliminato, come un pesante fardello, è il rispetto del Codice di Commercializzazione dei Sostituti del Latte Materno.

Questo il passaggio preciso:

La BFHI richiede... il totale rispetto del Codice di Commercializzazione dei Sostituti del Latte Materno (il "Codice"), secondo il quale non sono ammissibili forme di collaborazione fra operatori sanitari e industria produttrice di alimenti per l'infanzia. E' possibile che l'inderogabilità di questo ultimo punto non abbia facilitato un più diffuso impegno dei punti nascita italiani a promuovere l'allattamento. Le Società scientifiche più direttamente coinvolte nell'assistenza materno infantile ritengono compatibile la collaborazione con l'industria produttrice di prodotti alimentari per l'infanzia, quando risulti improntata a scientificità, correttezza etica e dignità professionale.

Ci domandiamo quindi **come sia possibile che il rispetto del Codice abbia impedito un tale impegno.** Come abbia potuto evitare l'abolizione del nido, la mancata pratica dello skin to skin, il sostegno alle diadi separate, la garanzia di somministrare latte materno tirato come prima scelta a tutti i neonati bisognosi di aumento ponderale.

Il Codice protegge da pratiche di marketing scorrette come quelle mascherate da informazione scientifica o quelle che alludono alla formula come analogo sostituto del latte materno e inducono nelle donne il dubbio delle loro competenze produttive e di accudimento.

Come potrebbe la protezione da questo tipo di marketing aggressivo inibire la promozione dell'allattamento? Non dovrebbe forse essere il contrario?

Non è forse più probabile che un medico che si presta alla collaborazione con l'industria produttrice di prodotti alimentari per l'infanzia, sia più facilmente esposto al rischio di incappare in un conflitto di interessi notevole?

Non è forse più probabile che una diade allattante venga dimessa con una lettera contenente frase allusive sulla eventuale necessità di aumentare la produzione di latte o ~~garantire~~ la continuità, grazie a prodotti specificatamente pubblicizzati secondo logiche economiche e politiche evidenti?

Non è forse più probabile cedere alla facilità di avere formula donata gratuitamente in reparto, piuttosto che investire economicamente nella formazione di personale davvero esperto per l'apertura di ambulatori per la reale promozione dell' allattamento?

Ci sentiamo preoccupati.

In ottica collaborativa, avendo a cuore il vostro stesso scopo , mirando a migliorare gli obiettivi di salute globale, **siamo a proporre una possibile iniziativa, rispettosa del Codice, senza costi economici, senza sprechi energetici o temporali, per rendere il delicato momento delle dimissioni un forte momento favorente l'allattamento** e la promozione dello stesso.

Allegiamo un dossier sulle lettere di dimissioni, perchè dimettere con competenza e integrità, anche in caso di difficoltà, è sempre possibile.

Cordiali saluti
Comitato Scientifico Formazione Allattamento