

Mezinárodní kodex marketingu náhrad mateřského mléka WHO/UNICEF

ve znění ze dne 21. května 1981

Preamble

Členské státy Světové zdravotnické organizace:

POTVRZUJÍCE právo každého dítěte a každé těhotné a kojící ženy na přiměřenou výživu jako prostředek k dosažení a uchování zdraví;

UZNÁVAJÍCE, že dětská podvýživa je součástí širších problémů nedostatku vzdělání, chudoby a sociální nespravedlnosti;

UZNÁVAJÍCE, že zdraví kojenců a malých dětí nemůže být oddělováno od zdraví a výživy žen, jejich socioekonomického stavu a jejich role jakožto matek;

UVĚDOMUJÍCE SI, že kojení je jedinečným způsobem poskytování ideální stravy pro zdravý růst a vývoj kojenců; že vytváří jedinečný biologický a emocionální základ pro zdraví matky i dítěte; že imunizační vlastnosti mateřského mléka pomáhají chránit dítě proti chorobám; že existuje významný vztah mezi kojením a optimálním časovým odstupem mezi porody;

UZNÁVAJÍCE, že podpora a ochrana kojení je důležitou součástí zdraví, výživy a dalších sociálních opatření zaměřených na podporu zdravého růstu a vývoje kojenců a malých dětí, a že kojení je důležitým aspektem primární zdravotní péče;

BEROUCHE v úvahu, že pokud matky nekojí nebo kojí pouze částečně, existuje oprávněný trh výrobků kojenecké výživy a vhodné ingredience, z nichž se připravují; že všechny tyto výrobky by tedy měly být zpřístupněny těm, kdo je potřebují, prostřednictvím komerčních nebo nekomerčních distribučních systémů; a že by neměly být uváděny na trh nebo distribuovány způsoby, které by mohly narušovat ochranu a prosazování kojení;

UZNÁVAJÍCE dále, že nevhodný způsob výživy vede k podvýživě, nemocnosti a úmrtnosti kojenců ve všech zemích, a že nevhodné praktiky marketingu náhrad mateřského mléka a příbuzných výrobků mohou přispívat k těmto hlavním zdravotnickým problémům;

PŘESVĚDČENY, že je důležité, aby kojenci dostávali vhodnou doplňkovou stravu, obvykle po dosažení čtyř až šesti měsíců věku, a že by měly být vyvinuty veškeré snahy k používání lokálně dostupných

potravin; nicméně přesvědčeny, že tato doplňková strava by neměla být používána jako náhrada mateřského mléka;

MAJÍCE NA VĚDOMÍ, že existuje řada sociálních a ekonomických faktorů ovlivňujících kojení a že v souladu s tím by vlády měly vyvíjet podpůrné sociální systémy na jeho ochranu, umožnění a podporu, a že by měly vytvářet prostředí, které podněcuje kojení, zajišťuje příslušnou podporu rodiny a komunity a chrání matky před faktory, které kojení brání;

POTVRZUJÍCE, že zdravotnické systémy a zdravotničtí pracovníci všech úrovní, kteří v nich pracují, musejí sehrát klíčovou úlohu při usměrňování praxe krmení kojenců, podněcování a umožňování kojení a poskytování objektivního a důsledného poradenství pro matky a rodiny o mimořádném významu kojení nebo, kde je to zapotřebí, správném použití kojenecké výživy, ať již průmyslově vyráběné nebo připravené doma;

POTVRZUJÍCE dále, že vzdělávací systémy a další sociální služby by měly být zapojeny do ochrany a prosazování kojení a vhodného používání doplňkové stravy;

VĚDOMY SI, že rodiny, komunity, organizace žen a další nevládní organizace musí hrát zvláštní roli při ochraně a prosazování kojení a při zajišťování potřebné podpory pro těhotné ženy a matky kojenců a malých dětí, ať již kojící či nikoliv;

POTVRZUJÍCE potřebu spolupráce vlád, organizací systému Spojených národů, nevládních organizací, odborníků v nejrůznějších příbuzných disciplínách, spotřebitelských skupin a průmyslu při činnostech zaměřených na zlepšení zdraví a výživy matek, kojenců a malých dětí;

UZNÁVAJÍCE, že vlády by měly provést řadu zdravotnických, výživových a dalších sociálních opatření na podporu zdravého růstu a vývoje kojenců a malých dětí, a že tento kodex se týká pouze jednoho aspektu těchto opatření;

BEROUC E V ÚVAHU, že výrobci a distributoři náhrad mateřského mléka hrají důležitou a konstruktivní úlohu ve vztahu ke kojení a v prosazování cíle tohoto kodexu a jeho řádného zavedení;

POTVRZUJÍCE, že vlády jsou vyzývány, aby podnikly akce odpovídající jejich sociálnímu a legislativnímu rámci a jejich celkovým rozvojovým cílům, aby uvedly v život zásady a cíl tohoto kodexu včetně uzákonění legislativy, předpisů nebo dalších vhodných opatření;

VĚŘÍCE ŽE, ve světle předcházejících úvah a se zřetelem ke zranitelnosti kojenců v prvních měsících života a rizikům spojeným s nevhodnými praktikami krmení, včetně zbytečného a nevhodného užívání

náhrad mateřského mléka, marketing náhrad mateřského mléka vyžaduje zvláštní přístup, podle něhož jsou obvyklé praktiky marketingu pro tyto produkty nevhodné;

PROTO:

členské státy tímto souhlasí s následujícími články, které jsou doporučovány jako základ pro jednání.

Článek 1: Cíl kodexu

Cílem tohoto kodexu je přispět k zajištění bezpečné a adekvátní výživy pro kojence prostřednictvím ochrany a prosazování kojení a zajištěním správného užívání náhrad mateřského mléka, pokud jsou nezbytné, na základě adekvátní informovanosti a prostřednictvím vhodného marketingu a distribuce.

Článek 2: Rozsah působnosti kodexu

Tento kodex se vztahuje na marketing a praktiky s ním spojené v případě následujících výrobků: náhrad mateřského mléka, včetně umělé kojenecké výživy; dalších mléčných výrobků; potravin a nápojů, včetně doplňkové stravy určené k podávání kojeneckými lahvemi, pokud jsou uváděny na trh nebo jinak představovány jako vhodné, s modifikacemi nebo bez nich, pro použití jako částečná nebo absolutní náhrada mateřského mléka; kojeneckých lahví a dudlíků. Vztahuje se rovněž na jejich kvalitu a dostupnost a na informace týkající se jejich použití.

Článek 3: Definice

Pro účely tohoto kodexu:

„Náhrada mateřského mléka“ znamená jakoukoliv potravinu uváděnou na trh nebo jinak představovanou jako částečnou nebo úplnou náhražku mateřského mléka, ať už je pro tento účel vhodná či nikoliv.

„Doplňková strava“ znamená jakoukoliv potravinu, průmyslově vyráběnou nebo připravovanou lokálně, vhodnou jako doplněk k mateřskému mléku nebo umělé výživě, jestliže to či ono přestane být dostačující k uspokojení potřeb výživy kojence. Takováto strava je také běžně označována jako „odstavovací strava“ nebo „doplněk mateřského mléka“.

„Obal“ znamená jakoukoliv formu balení produktu určeného k prodeji jako normální maloobchodní jednotka, včetně přebalu.

„Distributor“ znamená osobu, společnost nebo jakoukoliv jinou entitu ve veřejném nebo soukromém sektoru zabývající se (ať už přímo nebo nepřímo) na velkoobchodní nebo maloobchodní úrovni marketingem výrobku v rozsahu působnosti tohoto kodexu.

„Primární distributor“ je prodejní agent výrobce, jeho reprezentant, národní distributor nebo zprostředkovatel.

„Systém zdravotnické péče“ znamená vládní, nevládní nebo soukromé instituce nebo organizace zabývající se přímo nebo nepřímo zdravotnickou péčí o matky, děti a těhotné ženy; jesle nebo instituce pečující o děti. Zahrnuje rovněž zdravotnické pracovníky v soukromé praxi. Pro účely tohoto kodexu systém zdravotnické péče nezahrnuje lékárny nebo jiná běžná prodejní místa.

„Zdravotnický pracovník“ znamená osobu pracující ve složce tohoto systému zdravotnické péče, ať už odborníka nebo neoborníka, včetně dobrovolných, neplacených pracovníků.

„Umělá kojenecká výživa“ znamená náhradu mateřského mléka vytvořenou průmyslově v souladu s příslušnými standardy, které uvádí Codex Alimentarius, k uspokojení normálních nároků na výživu kojenců do čtvrtého až šestého měsíce věku a přizpůsobená jejich fyziologickým charakteristikám. Kojeneckou výživu lze rovněž připravovat doma a v tom případě je označována jako „domácí“.

„Etiketa“ znamená jakoukoliv visačku, značku, označení druhu, obrazový nebo jiný popisný materiál, napsaný, vytištěný, nanesený, vyznačený, vyražený nebo vylisovaný na obalu (viz výše) kteréhokoliv výrobku v rozsahu působnosti tohoto kodexu nebo k němu připojený.

„Výrobce“ znamená společnost nebo jinou entitu ve veřejném nebo soukromém sektoru zabývající se výrobou (ať už přímo nebo prostřednictvím agenta nebo entity, která je jí kontrolována nebo s níž je uzavřena smlouva) produktu v rozsahu působnosti tohoto kodexu.

„Marketing“ znamená propagaci, distribuci, prodej, reklamu, public relations a informační služby týkající se výrobku.

„Marketingový personál“ znamená jakékoliv osoby, jejichž funkce zahrnují marketing výrobku nebo výrobků spadajících do rozsahu působnosti tohoto kodexu.

„Vzorky“ znamenají jednorázová nebo malá množství výrobku poskytovaná bezplatně.

„Dodávky“ znamenají množství výrobku poskytovaná po delší období, zdarma nebo za nízkou cenu, pro sociální účely, včetně těch, které jsou poskytovány rodinám sociálně potřebným.

Článek 4: Informovanost a vzdělávání

4.1 Odpovědností vlád by mělo být zajištění toho, aby rodinám a těm, kdo pracují v oblasti kojenecké a dětské výživy, byly poskytovány objektivní a důsledné informace o stravování kojenců a malých dětí. Tato odpovědnost by se měla týkat buď plánování, poskytování, zpracování a šíření informací nebo jejich kontroly.

4.2 Informační a vzdělávací materiály, ať už psané, audiální nebo vizuální, pojednávající o výživě kojenců a určené pro těhotné ženy a matky kojenců a malých dětí, by měly obsahovat jasné informace o všech následujících bodech:

- a) prospěšnosti a prvořadosti kojení;
- b) výživě matky a přípravě na kojení a jeho udržení;
- c) negativním vlivu zavedení částečného krmení kojeneckou lahví na kojení;
- d) obtížnosti změnit rozhodnutí nekojit;
- e) vhodném použití umělé kojenecké výživy, průmyslově vyráběné nebo domácí, kde je to nutné.

Pokud takovéto materiály obsahují informace o použití umělé kojenecké výživy, měly by zahrnovat sociální a finanční důsledky jejího používání; zdravotní rizika nevhodných druhů stravy nebo metod krmení; a zvláště zdravotní rizika zbytečného nebo nesprávného používání umělé kojenecké výživy a jiných náhrad mateřského mléka. Takovéto materiály by neměly užívat žádných obrázků nebo textů, které by mohly idealizovat používání náhrad mateřského mléka.

4.3 Dary informačního nebo vzdělávacího vybavení nebo materiálů výrobci nebo distributory by měly být poskytovány pouze na požádání a s písemným schválením příslušného vládního úřadu nebo v rámci směrnic vydaných vládami pro tento účel. Takovéto vybavení nebo materiály mohou být označeny názvem nebo emblémem dárcovské firmy, ale neměly by odkazovat na speciální výrobek, který spadá do rozsahu působnosti tohoto kodexu, a měly by být distribuovány výhradně prostřednictvím systému zdravotnické péče.

Článek 5: Veřejnost a matky

5.1 Neměla by existovat žádná reklama nebo forma propagace výrobků v rozsahu působnosti tohoto kodexu pro veřejnost.

5.2 Výrobci a distributoři by neměli poskytovat, přímo či nepřímo, těhotným ženám, matkám nebo jejich rodinným příslušníkům vzorky výrobků v rozsahu působnosti tohoto kodexu.

5.3 V souladu s odstavci 1 a 2 tohoto článku by pro výrobky v rozsahu působnosti tohoto kodexu neměla existovat žádná cílená reklama, rozdávání vzorků nebo jiný nástroj propagace za účelem stimulování prodeje přímo spotřebiteli na maloobchodní úrovni, jako jsou zvláštní ukázkové výstavky, kupóny na slevu, prémie, zvláštní prodej za sníženou cenu a vázaný prodej. Toto opatření by nemělo bránit zavedení cenové politiky a praktik s cílem poskytovat výrobky za nižší ceny dlouhodobě.

5.4 Výrobci a distributoři by neměli distribuovat těhotným ženám nebo matkám kojenců a malých dětí žádné dárky v podobě předmětů nebo potřeb, které by mohly propagovat používání náhrad mateřského mléka nebo krmení kojeneckou lahví.

5.5 Marketingový personál by v rámci své obchodní činnosti neměl vyhledávat přímý nebo nepřímý kontakt jakéhokoliv druhu s těhotnými ženami nebo s matkami kojenců a malých dětí.

Článek 6: Systémy zdravotnické péče

6.1 Zdravotnické úřady v členských státech by měly přijmout vhodná opatření na podporu a ochranu kojení a prosazování zásad tohoto kodexu a měly by poskytovat příslušné informace a rady zdravotnickým pracovníkům s ohledem na jejich zodpovědnosti, včetně informací stanovených v článku 4.2.

6.2 Žádné zařízení systému zdravotnické péče by nemělo být využíváno za účelem propagace umělé kojenecké výživy nebo jiných výrobků v rozsahu platnosti tohoto kodexu. Tento kodex však neklade překážku šíření informací zdravotnickým odborníkům, jak je stanoveno v článku 7.2.

6.3 Zařízení systému zdravotnické péče by neměla být využívána k vystavování výrobků v rozsahu působnosti tohoto kodexu a plakátů týkajících se těchto výrobků nebo k distribuci materiálů poskytovaného výrobcem nebo distributorem, jiného než je stanoveno v článku 4.3.

6.4 Působení „odborných zástupců“, „dětských sester“ nebo obdobného personálu poskytovaného nebo placeného výrobcí nebo distributory by nemělo být v systému zdravotnické péče povoleno.

6.5 Krmení umělou kojeneckou výživou, ať už průmyslově vyráběnou nebo domácí, by mělo být předváděno jedině zdravotnickými pracovníky nebo, pokud je to nutné, jinými občanskými pracovníky; a pouze matkám nebo rodinným příslušníkům, kteří ji potřebují používat; poskytované informace by měly obsahovat jasné vysvětlení rizik nesprávného používání.

6.6 Dary nebo prodej dodávek umělé kojenecké výživy nebo jiných výrobků v rozsahu působnosti tohoto kodexu za nízkou cenu institucím nebo organizacím, ať už pro použití v těchto institucích nebo pro distribuci mimo ně, jsou přijatelné. Takovéto dodávky by měly být používány nebo distribuovány pro kojence, kteří musí být krmeni náhradami mateřského mléka. Pokud tyto dodávky jsou distribuovány pro použití mimo instituci, měly by to dělat jen instituce nebo organizace, jichž se to týká. Takovéto dary nebo prodej za nízké ceny by neměly být využívány výrobcí nebo distributory ke zvýšení prodeje.

6.7 Tam, kde se darované dodávky kojenecké výživy nebo jiných výrobků v rozsahu působnosti tohoto kodexu distribuují mimo instituci, měla by instituce nebo organizace podniknout opatření k zajištění toho, že s dodávkami bude možno pokračovat tak dlouho, dokud je kojenci, o něž se jedná, budou potřebovat. Dárci, stejně jako příslušné instituce nebo organizace, by měly mít tuto odpovědnost na paměti.

6.8 Vybavení a materiály, mimo ty, zmiňované v článku 4.3, darované systému zdravotnické péče, mohou být označeny firemním názvem nebo emblémem, ale neměly by odkazovat na jakýkoliv speciální výrobek v rozsahu působnosti tohoto kodexu.

Článek 7: Zdravotničtí pracovníci

7.1 Zdravotničtí pracovníci by měli podporovat a chránit kojení; a ti, kteří se zejména zabývají výživou matky a dítěte, by se měli seznámit se svými odpovědnostmi vyplývajícími z tohoto kodexu, včetně informace uvedené v článku 4.2.

7.2 Informace o výrobcích v rozsahu platnosti tohoto kodexu, poskytované výrobcí a distributory odborným zdravotnickým pracovníkům, by se měly omezovat na vědecké a faktografické, a tyto informace by neměly navozovat nebo vytvářet přesvědčení, že krmení kojeneckou lahví je rovnocenné nebo nadřazené kojení. Měly by rovněž zahrnovat informace uvedené ve článku 4.2.

7.3 Zdravotnickým pracovníkům nebo jejich rodinným příslušníkům by neměly být výrobcí nebo distributory nabízeny žádné finanční nebo materiální stimuly k propagování výrobků v rozsahu

působnosti tohoto kodexu, ani by zdravotnickými pracovníky nebo jejich rodinnými příslušníky neměly být přijímány.

7.4 Zdravotnickým pracovníkům by neměly být poskytovány vzorky kojenecké výživy nebo jiných výrobků v rozsahu působnosti tohoto kodexu nebo vybavení či potřeb určených pro jejich přípravu nebo použití, s výjimkou případů, kdy je to nezbytné pro účely odborného posouzení nebo výzkumu na institucionální úrovni. Zdravotničtí pracovníci by neměli dávat vzorky kojenecké výživy těhotným ženám, matkám kojenců a malých dětí nebo jejich rodinným příslušníkům.

7.5 Jakýkoli příspěvek, který výrobci a distributoři výrobků v rozsahu působnosti tohoto kodexu poskytnou zdravotnickému pracovníkovi nebo v jeho prospěch na stipendia, studijní cesty, výzkumné granty, účast na odborných konferencích nebo podobně, by měli ohlásit instituci, k níž přijímající pracovník patří. Podobně by to měl ohlásit příjemce.

Článek 8: Osoby zaměstnávané výrobci a distributory

8.1 V systému prodejních stimulů pro personál marketingu by do výpočtu prémie neměl být zahrnován objem prodeje výrobků v rozsahu působnosti tohoto kodexu, ani by neměly být stanovovány kvóty přímo pro prodej těchto výrobků. Toto ustanovení by nemělo být chápáno jako překážka vyplácení prémie založených na celkovém prodeji jiných výrobků, které firma uvádí na trh.

8.2 Personál zaměstnaný v marketingu výrobků v rozsahu působnosti tohoto kodexu by neměl jako součást svých pracovních povinností provádět vzdělávací činnost ve vztahu k těhotným ženám nebo matkám kojenců nebo malých dětí. Toto ustanovení by nemělo být chápáno jako překážka bránící využívání tohoto personálu v systému zdravotnické péče pro jiné funkce na požádání a s písemným souhlasem příslušného úřadu vlády, jíž se to týká.

Článek 9: Označování

9.1 Etikety by měly být navrhovány tak, aby poskytovaly potřebné informace o vhodném použití výrobku a aby neodrazovaly od kojení.

9.2 Výrobci a distributoři kojenecké výživy by měli zajistit, aby na každém obalu nebo na etiketě, která od něj nemůže být snadno oddělena, bylo vytištěno jasné, nápadné a snadno čitelné a pochopitelné sdělení v příslušném jazyce, které by obsahovalo následující body:

a) slova „Důležité upozornění“ nebo jejich ekvivalent;

b) konstatování prvořadého významu kojení;

c) konstatování, že výrobek by měl být používán pouze na doporučení zdravotnického pracovníka, pokud jde o nutnost jeho používání a správnou metodu používání; d) instrukce pro vhodnou přípravu a varování před zdravotními riziky nesprávné přípravy.

Ani na obalu, ani na etiketě by neměly být obrázky kojenců ani jiné obrázky nebo text, který by mohl idealizovat používání kojenecké výživy. Může však na nich být grafické znázornění pro snadnou identifikaci výrobku jakožto náhrady mateřského mléka a ilustraci metod přípravy. Termíny „humanizované“, „maternalizované“ a podobně by se neměly používat. V balení nebo maloobchodní jednotce mohou být vloženy letáky s dalšími doplňujícími informacemi o výrobku a jeho správném použití, na něž se vztahují podmínky uvedené výše. Pokud jsou na etiketách uváděny instrukce pro úpravu výrobku na kojeneckou výživu, mělo by platit výše uvedené.

9.3 Potravinářské výrobky v rozsahu působnosti tohoto kodexu, uváděné na trh pro výživu kojenců, které nesplňují všechny požadavky na kojeneckou výživu, ale které mohou být upraveny tak, aby je splňovaly, by na etiketě měly uvádět výstrahu, že neupravený výrobek by neměl být jediným zdrojem výživy kojence. Vzhledem k tomu, že slazené kondenzované mléko není vhodné pro výživu kojenců ani pro použití jako hlavní složka kojenecké výživy, jeho etiketa by neměla obsahovat zavádějící informace, jak je pro tento účel upravit.

9.4 Etikety potravinářských výrobků v rozsahu působnosti tohoto kodexu by rovněž měly uvádět všechny následující body:

- a) použité ingredience;
- b) složení/analýzu výrobku;
- c) požadované skladovací podmínky; a
- d) číslo série a datum, do něhož má výrobek být spotřebován, s ohledem na klimatické a skladovací podmínky té které země.

Článek 10: Kvalita

10.1 Kvalita výrobků je základní prvek ochrany zdraví kojenců, a proto by měla mít vysoký uznávaný standard.

10.2 Potravinářské výrobky v rozsahu působnosti tohoto kodexu by měly, pokud jsou prodávány nebo jinak distribuovány, vyhovovat odpovídajícím standardům, jak je doporučuje komise Codex Alimentarius a rovněž Kodex hygienické praxe pro potraviny určené pro kojence a děti.

Článek 11: Zavádění a monitorování

11.1 Vlády by měly podniknout kroky k uskutečnění zásad a cíle tohoto kodexu, jak to přísluší jejich sociálnímu a legislativnímu rámci, včetně přijetí národní legislativy, předpisů nebo jiných vhodných opatření. K tomuto účelu by vlády, je-li to zapotřebí, měly vyhledávat spolupráci s WHO, UNICEF a dalšími agenturami systému Spojených národů. Národní politika a opatření, včetně zákonů a předpisů, přijímaní k uskutečnění zásad a cíle tohoto kodexu, by měly být veřejné a měly by se stejnou měrou vztahovat na všechny ty, kteří jsou zapojeni do výroby a marketingu výrobků v rozsahu působnosti tohoto kodexu.

11.2 Monitorování uplatňování tohoto kodexu je na vládách, které jednájí individuálně, kolektivně pak prostřednictvím Světové zdravotnické organizace, jak je stanoveno v odstavcích 6 a 7 tohoto článku. Výrobci a distributoři výrobků v rozsahu působnosti tohoto kodexu a příslušné nevládní organizace, profesionální skupiny a spotřebitelské organizace by měly za tímto účelem s vládami spolupracovat.

11.3 Nezávisle na jakýchkoliv jiných opatřeních přijatých pro zavedení tohoto kodexu by se výrobci a distributoři výrobků v rozsahu platnosti tohoto kodexu měli považovat za zodpovědné za monitorování svých marketingových praktik v souladu se zásadami a cílem tohoto kodexu a za podnikání kroků k zajištění toho, aby těmto zásadám a cíli jejich chování na každé úrovni odpovídalo.

11.4 Zodpovědností nevládních organizací, profesionálních skupin, institucí a jednotlivců, jichž se to týká, by mělo být upozorňování výrobců a distributorů výrobků v rozsahu působnosti tohoto kodexu na činnosti, které jsou neslučitelné se zásadami a cílem tohoto kodexu tak, aby mohla být podniknuta vhodná opatření. Měl by rovněž být informován příslušný vládní úřad.

11.5 Výrobci a primární distributoři výrobků v rozsahu působnosti tohoto kodexu by měli každého člena svého marketingového personálu poučit o kodexu a o jeho zodpovědnostech, které z něj vyplývají.

11.6 V souladu s článkem 62 Stanov Světové zdravotnické organizace mají členské státy každoročně předávat generálnímu řediteli informace o tom, co podnikly k uskutečnění zásad a cíle tohoto kodexu.

11.7 Generální ředitel bude v sudých letech podávat zprávy valnému shromáždění WHO o stavu zavádění kodexu; a na požádání bude poskytovat technickou podporu členským státům při přípravě národních legislativ nebo předpisů nebo při přijímání jiných vhodných opatření při zavádění a prosazování zásad a cíle tohoto kodexu.

Pozn.: Kodex od roku 1981 doplňují a aktualizují další rezoluce přijaté Světovým zdravotnickým shromážděním, které mají stejnou právní sílu jako Kodex.