



Indice

Abbreviazioni	
Introduzione	pag. 5
Dedica	pag. 9
Capitolo 1. Il Codice è Legge?	pag. 10
Capitolo 2. Marketing digitale e intelligenza artificiale: nuove insidie o nuovi alleati?	pag. 13
Capitolo 3. Notizie dall'Organizzazione Mondiale della Sanità	pag. 17
Commercializzazione dei sostituti del latte materno: rapporto 2024 sullo stato di applicazione nazionale del Codice Internazionale	pag. 18
Gli stati membri dell'OMS si impegnano a regolamentare il marketing digitale	pag. 21
In aumento gli appelli a mettere in atto le indicazioni del Codice sulle sponsorizzazioni	pag. 23
Capitolo 4. Notizie dal mondo	pag. 26
Gran Bretagna: Danone usa ostetriche per dare consigli sull'alimentazione infantile nei supermercati	pag. 27
Come l'industria degli alimenti si infiltra nelle scuole del Regno Unito	pag. 30
Un appello all'azione: gli operatori sanitari devono diventare indipendenti dall'industria della formula	pag. 31
In che modo il latte materno può aiutare a combattere il cambiamento climatico	pag. 32
Greenfeeding: l'allattamento come azione climatica e pratica sostenibile	pag. 34



Capitolo 5. Notizie dall'Italia	pag. 36
Dalla teoria all'azione: la WBTi tra documentazione e opportunità perdute	pag. 37
Il caso Medela	pag. 38
Il progetto PAA: se vogliamo che tutto rimanga com'è, bisogna che tutto cambi	pag. 40
Quel pasticciaccio brutto del "Bonus Formula" in Sicilia	pag. 44
Allattamento e tutele normative dalla maternità alle CTU nei Tribunali	pag. 46
Etichette non ancora in regola con gli standard OMS/FAO	pag. 50
Il marketing digitale in Italia	pag. 60
Violazioni dello spirito del Codice	pag. 61
Come segnalare possibili violazioni del Codice e della legge	pag. 63
Capitolo 6. Good news	pag. 67
Il processo Miteni e le Mamme No Pfas	pag. 68
La formazione digitale al servizio della genitorialità: il processo è già un successo	pag. 69
Conferenze, corsi, seminari e webinar sul Codice negli ultimi anni	pag. 72
La SAM 2025: priorità allattamento, creare reti sostenibili	pag. 80
I progressi delle Baby Friendly Initiatives (Insieme per l'Allattamento) in Italia	pag. 82
Appendice	pag. 84
Il rapporto sul mercato delle formule dell'Autorità britannica per la Concorrenza e il Mercato	pag. 85