



Kozí kaše® jsou vhodné:

- ✓ pro zdravé kojenče při zavádění mléčných příkrmů od ukončeného 4. měsíce (Kozí kaše® Rýžová) jako úplné PRVNÍ MLÉČNÝ PŘÍKRM,
- ✓ pro kojenče preventivně užívající HA mléka,
- ✓ při refluxu – snižují kyselost žaludečního obsahu,
- ✓ přispívají ke změkčení stolice.

✓ **BEZ HYDROLYZOVANÝCH BÍLKOVIN***

Kozí kaše® jsou k dostání v lékárnách nebo na našem e-shopu

www.kozikase.cz

Více na www.kozikase.cz nebo na našem Facebooku.



Jediné kaše s kojeneckým kozím mlékem na českém trhu!

Kladně posouzeny Českou pediatrikou společností

Kozí kaše® mají nižší alergenní zátěž a podporují správný vývoj enzymového systému nezbytného pro bezproblémové trávení.

Kozí kaše® jsou určeny pro nastartování správného trávení mléka jiného než mateřského!

Zařazením Kozích kaší® do jídelníčku dítěte posílíte správný vývoj jeho trávicího systému, který kromě trávení zároveň rozhoduje i o celkové odolnosti vůči vzniku nejrůznějších alergií nejen v dětském věku.

Kozí kaše® obsahují kojenecké kozí mléko, které je doplněné o složky, které neupravenému kozímu mléku chybí, tj. o kyselinu listovou, vitamín B12 a železo, navíc jsou obohaceny klinicky testovanou prebiotickou vlákninou Orafit® Synergy¹[1].



RÝŽOVÁ

od ukončeného 4. měsíce bez lepku



KUKUŘIČNO-RÝŽOVÁ S BROSKVÍ A DÝNÍ

od ukončeného 5. měsíce bez lepku



VÍCEZRNNÁ S BORŮVKAMI

od ukončeného 6. měsíce



OVESNÁ SE ŠVESTKAMI A JABLKEM

od ukončeného 6. měsíce

Potravina pro zvláštní výživu – potravina pro obilnou výživu a ostatní výživu jinou než obilnou určenou pro výživu kojenců a malých dětí.

* Užžitný vzor ČR č. 23284/2011 – Kojenecké a dětské příkrmky ke zvýšení orální tolerance mléčných bílkovin.

[1] Veereman-Wauters, G; Staelens, S; Van de Broek, H; Plaskie, K; Wesling, F; Roger, LC; McCartney, AL; Assam-P (2011): Physiological and Bifidogenic Effects of Prebiotic Supplements in Infant Formulae. Journal of Pediatric Gastroenterology & Nutrition, 52(6): 763-771

Nákup čokolády v supermarketu může znamenat peklo pro děti na druhé straně světa

NAKUPUJME FÉROVĚ

V srpnových dnech rozjelo občanské sdružení Ekumenická akademie Praha celorepublikovou kampaň, která má nás, konzumenty čokolád, ale především jejich průmyslové výrobce (tedy zpravidla nadnárodní korporace) motivovat k podpoře takových produktů a takových ekonomických vztahů, které v sobě neskrývají dětskou otrockou práci.

Skutečnost, že my, lidé rozvinuté střední Evropy, si můžeme relativně za pár korun dopřát lahodnou tabulku čokolády, čokoládový dort, čokoládovou tyčinku nebo „jen“ nanuka s čokoládou, současně znamená práci dětí někde na druhém konci světa, které jsou zapojeny do sběru kaka. Naše potěšení z rozpouštění se čokolády na jazyku je zapláceno chudobou, zdravím, možná i životem, a v každém případě ztrátou dětství a jakékoli radostnější perspektivy dětí v Ghaně, na Pobřeží slonoviny či jinde, kde se pěstují kakaové boby.

Organizátoři tiskové konference, kde se o rozjezdu kampaně informovalo, zvolili,

věru, neotřelou metodu. Aby upoutali zájem novinářů, vymysleli si fiktivní firmu ChocoMana, dokonce i fiktivní marketingovou ředitelku pro ČR a fiktivního argentinského ředitele firmy. Tito dva sehráli před novináři pěkné divadélko. Pan ředitel mluvil anglicky, paní ředitelka se důležitě usmívala a všechno vypadalo docela věrně až do okamžiku, kdy vylezlo na světlo boží, že ChocoMana sídlí na Kajmanských ostrovech (v daňovém ráji), že jejich dětská dělníci patří mezi ty nejvzdělanější, a dokonce, považte, že dostávají jeden čokoládový bonbon ročně! Když z úst „ředitelky“ zazněl na závěr zpěv, rozsvítilo se všem. Byla to prostě legrace! Takže za tu legraci díky, to se na tiskovkách nestává každý den.

Zásadní poselství z tiskovky je však zejména: prostřednictvím humoru přišlo závažné sdělení, že za drtivou většinou čokolády na trhu v Čechách, na Moravě a ve Slezsku stojí práce dětí, které místo toho, aby chodily do školy, se musejí ohá-

nět třeba i mačetou či chemickými látkami, aby své chudé mamince a tátovi pomohly k holému přežití. Započme se tedy každý, jak můžeme, do této celoevropské kampaně.

Můžeme podepsat mezinárodní petici, jež se obrací na výrobce cukrovinek, aby garantovali důstojný život farmářům. Můžeme hledat mezi výrobky takový, jenž nese značku FAIR TRADE, i když je dražší (protože vyroben bez vykořisťování levné dětské práce). Můžeme o tom všem mluvit se svými přáteli a hlavně se svými dětmi. Ostatně jsou to ony, jejichž mlsné jazyčky nás motivují k nákupu čokolád.

Mysleme na to, že radost našeho dítěte, pochutnávajícího si na „neférové“ čokoládě (zpravidla s využitím náhražek), zna-



Logo mezinárodní organizace ověřující původ zboží

Některé země mají pro Fair Trade zboží vlastní značky

