

نظمت منظمة الصحة العالمية منتدى مفتوحاً بشأن عدم وجود قيود على تسويق الأغذية والمشروبات غير الصحية للأطفال يومي 13 إلى 14 أيلول/سبتمبر 2015 في عمان، الأردن.

حضر المنتدى شخصيات شهيرة ومؤثرة، منها شخصيات تلفزيونية، ورياضيين، ومنتجين تلفزيونيين وإذاعيين، وصحفيين وممثلي التسويق في الشركات من أجل مناقشة ما يمكن عمله حول هذه المشكلة. ومن المأمول من هذه الشخصيات بخبرتها ونفوذها الواسع، أن تسهم في خلق بيئة مواتية للأطفال وخالية من المؤثرات التجارية المؤدية لاعتلال الصحة وذلك عن طريق التغيير الاجتماعي.

معلومات أساسية

يعتبر الأطفال أحد مجموعات المستهلكين الأكثر استهدافاً من صناعات الأغذية السريعة والمشروبات الغازية. وما يحرك هذه الصناعات هو رغبتها في زيادة مبيعات الوجبات السريعة والمشروبات الغازية في جميع أنحاء العالم. ولذلك، تستخدم أساليب تسويق مبتكرة للتأثير على الأطفال لشراء منتجاتها غير صحية (الأغذية التي بها نسبة عالية من الدهون والملح والسكر).

لقد بلغت السمنة وفرط وزن الأطفال في الإقليم مستويات وبائية، ولما توجد علامة على اتجاهها نحو الانخفاض. ويضيف هذا الارتفاع السريع خلال السنوات الـ 30 الماضية عبئاً إلى الأعباء الموجودة مسبقاً للأمراض المتعلقة بالتغذية. ومع أن أعلى المستويات فرط الوزن والسمنة عند الأطفال تقع في البلدان ذات الدخل المرتفع حيث يعاني أكثر من 50% من الأطفال منها، إلا أن البلدان المتوسطة الدخل تسرع في اللحاق بهذه المعدلات الوبائية.

ما هو التسويق بـدون قيود ؟

تستخدم الصناعات المتطورة تقنيات معقدة للتسويق للتأثير على اختيار الناس وذلك دون وجود أي قيود قانونية. هذه التكتيكات الخفية تستهدف الأطفال لحثهم على شراء واستهلاك الأغذية العالية في محتوى الدهون والسكر والملح. ويشير التسويق بـدون قيود إلى عدم وجود أي رقابة قانونية أو اجتماعية، الملائمة لتصدي المجتمع للأوبئة الناجمة عن التسويق التجاري.

المواقع ذات الصلة

[للاطلاع على المزيد حول الوقاية من السمنة لدى الأطفال](#)